

**УЧЕБНОЕ
ПОСОБИЕ**

ПИТЕР

Р. С. Немов И. Р. Алтунина



Социальная психология

История, предмет и методы ■

Общение и межличностные отношения ■

Социальные группы ■

Массовидные явления психики ■

Социальная психология и практика ■

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА



Р. С. Немов, И. Р. Алтунина

Социальная психология



Москва · Санкт-Петербург · Нижний Новгород · Воронеж
Ростов-на-Дону · Екатеринбург · Самара · Новосибирск
Киев · Харьков · Минск

2010

ББК 88.5я7
УДК 316.6(075)
Н50

Немов Р. С., Алтунина И. Р.

Н50 Социальная психология: Учебное пособие. — СПб.: Питер, 2010. — 432 с.: ил. — (Серия «Учебное пособие»).

ISBN 978-5-91180-738-2

Издание является учебным пособием, дающим достаточно полные знания о состоянии социальной психологии на сегодняшний день. Пособие соответствует стандартам высшего профессионального образования. В нем изложены основные представления о социально-психологических феноменах и процессах, их основных особенностях и формах проявления. Чтобы помочь студенту в самостоятельной работе, каждая глава открывается кратким описанием содержащегося в ней материала, а заканчивается контрольными вопросами для самопроверки и списком дополнительной литературы. Пособие снабжено также большим справочным аппаратом: словарем социально-психологических понятий и словарем персоналий. Пособие предназначено для студентов и преподавателей психологических факультетов вузов, а также для всех тех, кто интересуется социальной психологией.

ББК 88.5я7
УДК 316.6(075)

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

ISBN 978-5-91180-738-2

© ООО Издательство «Питер», 2010

Оглавление

Часть I ИСТОРИЯ, ПРЕДМЕТ И МЕТОДЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

Глава 1. Краткая история возникновения и развития социальной психологии	8
Краткое содержание	8
Возникновение социальной психологии	10
Развитие социальной психологии	12
Становление социальной психологии в России	16
Направления исследований в зарубежной социальной психологии, ее основные проблемы	19
Современное состояние социальной психологии	25
Контрольные вопросы	28
Литература	29
Глава 2. Предмет социальной психологии, ее теоретические и прикладные задачи	30
Краткое содержание	30
Предмет социальной психологии	31
Научные и прикладные задачи социальной психологии	34
Контрольные вопросы	40
Литература	41
Глава 3. Методы социальной психологии	42
Краткое содержание	42
Общая характеристика методов современной социальной психологии	43
Классификация социально-психологических методов	44
Методы социально-психологического воздействия	49
Контрольные вопросы	53
Литература	54

Часть II

ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ, СОЦИАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ И ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Глава 4. Психология общения и социального поведения	57
Краткое содержание	57
Понятие, структура и виды общения	58
Роль общения в психическом развитии человека	65
Развитие общения	67
Социальное поведение	70
Контрольные вопросы	74
Литература	76
Глава 5. Межличностные и межгрупповые взаимоотношения	78
Краткое содержание	78
Общественные и межличностные отношения	79
Классификация межличностных взаимоотношений	80
Межгрупповые отношения	84
Контрольные вопросы	86
Литература	87
Глава 6. Персональные взаимоотношения людей	88
Краткое содержание	88
Аффилиация и привязанность	90
Дружба	93
Любовь	96
Альтруизм	100
Власть	105
Вражда и агрессивность	106
Беспомощность	113
Одиночество	115
Контрольные вопросы	121
Литература	123

Часть III

МАЛЫЕ И БОЛЬШИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ

Глава 7. Малая группа и коллектив	126
Краткое содержание	126
Понятия малой группы и коллектива	128
Феноменология малых групп	143
Эффективность групповой деятельности	147
Процесс принятия групповых решений	153

Контрольные вопросы	157
Литература	159
Глава 8. Лидерство	160
Краткое содержание	160
Лидер и лидерство. Различия между лидером и руководителем	161
Теории лидерства	164
Стили лидерства	166
Контрольные вопросы	168
Литература	169
Глава 9. Межличностные и межгрупповые конфликты	170
Краткое содержание	170
Понятие, виды и структура межличностных и межгрупповых конфликтов	172
Причины межличностных и межгрупповых конфликтов	178
Функции межличностных и межгрупповых конфликтов	182
Стратегии поведения, способы предупреждения и разрешения межличностных и межгрупповых конфликтов	185
Контрольные вопросы	188
Литература	189
Глава 10. Большие группы и массовидные явления психики	191
Краткое содержание	191
Сущность и виды больших социальных групп	193
Массовидные явления психики, их классификация	194
Слухи как массовидное явление психики	197
Мода как массовидное психическое явление	201
Паника как массовидное явление психики	206
Социально-психологические аспекты рекламы	210
Религия как массовидное психическое явление	217
Контрольные вопросы	219
Литература	222

Часть IV

ЛИЧНОСТЬ В ГРУППЕ

Глава 11. Социальная психология личности	225
Краткое содержание	225
Социально-психологические аспекты личности	227
Социальные установки	232

Социализация	236
Каузальная атрибуция	240
Контрольные вопросы	244
Литература	246
Глава 12. Влияние группы на личность	247
Краткое содержание	247
Социальная фасилитация и ингибция	250
Деиндивидуализация личности	252
Коллективизация мышления и феномен групповой поляризации	254
Дискриминация, предрассудки и социальные стереотипы ...	258
Конформизм	265
Положительное воздействие группы на индивида	269
Отрицательное влияние группы на личность	272
Контрольные вопросы	281
Литература	286
Глава 13. Социальная перцепция и восприятие людьми друг друга	287
Краткое содержание	287
Понятие о социальной перцепции	289
Восприятие и понимание людьми друг друга	291
Механизмы и законы межличностного восприятия	298
Контрольные вопросы	306
Литература	309
Глава 14. Социальная психология и практика	310
Краткое содержание	310
Социально-психологические вопросы политики	312
Социальная психология и право	314
Социальная психология и экономика	316
Социальная психология и промышленное производство	318
Социальная психология, армия и спорт	319
Социальная психология и медицина	322
Социальная психология и образование	326
Контрольные вопросы	329
Литература	332
Словарь социально-психологических понятий	333
Персоналии	418
Зарубежные социальные психологи	418
Отечественные социальные психологи	421

Часть I
ИСТОРИЯ, ПРЕДМЕТ
И МЕТОДЫ СОЦИАЛЬНОЙ
ПСИХОЛОГИИ

Глава 1

Краткая история возникновения и развития социальной психологии



Краткое содержание

Возникновение социальной психологии. Трудности, связанные с точным определением начала социально-психологических исследований. Время возникновения социально-психологических идей в обыденном сознании и в науке. Психология народов как первая проблема самостоятельных социально-психологических исследований. Несколько альтернативных названий той науки, которая впоследствии превратилась в социальную психологию.

Развитие социальной психологии. Пути дальнейшего развития социальной психологии в Европе и Америке (США). Психология масс и толпы как ведущая европейская социально-психологическая проблематика на рубеже XIX и XX веков. Появление словосочетания «социальная психология» в трудах английских и американских ученых.

В. Меде, В. М. Бехтерев и Ф. Оллпорт как основатели экспериментальной социальной психологии. Привлечение внимания в США к проблематике малых групп в 30-е годы XX века. Прагматическая ориентация первых социально-психологических исследований в США. Роль К. Левина и Я. Морено в становлении социальной психологии в США. Влияние событий, связанных со Второй мировой войной, на послевоенную социально-психологическую проблематику в мире.

Становление социальной психологии в России. Участие российских ученых в разработке социально-психологической проблематики в конце XIX — начале XX века. Обстановка, сложившаяся в России вокруг социальной психологии после Октябрьской революции.

Первая дискуссия о предмете социальной психологии в 20-е годы XX века. Позиции Г. И. Челпанова, В. М. Бехтерева, Л. С. Выготского, В. А. Артемова, К. Н. Корнилова, П. П. Блонского в вопросе о праве социальной психологии на самостоятельное существование. Длительный перерыв в социально-психологических исследованиях. Изменение ситуации в связи с «хрущевской» оттепелью. Возобновление дискуссии о предмете и судьбе социальной психологии в 50–60-е годы XX века. Позиции разных уче-

ных в решении вопроса о самостоятельности социальной психологии во время второй дискуссии.

Начало развернутых теоретических и экспериментальных социально-психологических исследований в нашей стране. Разделение социально-психологической проблематики между социологией и психологией. Выход на первый план проблематики коллектива, восприятия и понимания людьми друг друга. Сохранение идеологического давления, оказываемого на социальную психологию в 70–80-е годы XX века. Снятие идеологических барьеров в связи с началом «горбачевской» перестройки.

Направления исследований в зарубежной социальной психологии, ее основные проблемы. Обстановка, в которой развивалась социальная психология в первой половине XX века. Соответствие тех направлений и школ, которые возникли в это время в социальной психологии, школам и направлениям, существовавшим в психологии в целом. Особенности бихевиористского (социально-бихевиористского) направления в социальной психологии. Специфика когнитивно-психологического подхода к объяснению социально-психологических явлений. Попытки соединения бихевиористского и когнитивного подходов в объяснении поведения в единую концепцию. Влияние гештальтпсихологии на возникновение и развитие когнитивистской ориентации в социальной психологии США. Основные идеи когнитивистской ориентации в социальной психологии. Суть идеи соответствия и теории когнитивного диссонанса. Особенности психоаналитической («глубинной») ориентации в социальной психологии. Главные идеи, связанные с этой ориентацией, и ее ведущие представители. Суть и основные идеи интеракционистической ориентации в зарубежной социальной психологии. Связь интеракционизма в социальной психологии с социологией. Символический интеракционизм, теории социальных ролей и теория референтной группы.

Современное состояние социальной психологии. Дифференциация социальной психологии, выделение из нее новых, относительно самостоятельных областей знаний: психологии малых групп, масс, восприятия и понимания людьми друг друга, социальных установок, семьи, конфликтов и ряда других. Проникновение социально-психологических знаний в другие отрасли фундаментальной и прикладной психологии. Начало интеграции отечественной социальной психологии в мировую науку. Новый подъем социально-психологических исследований во всем мире в последней четверти XX века. Переход от науки к практике. Обращение социальных психологов к решению реальных социальных и других практических проблем. Сближение социологических и социально-психологических исследований.

Возникновение социальной психологии

В истории социальной психологии можно отметить две даты ее возникновения. Одна из них обращает нас к древнейшим временам в истории человечества — тем эпохам, когда люди впервые задумались над проблемами, волнующими современных ученых, другая относится к сравнительно недавнему прошлому, когда зародилась и стала развиваться современная теоретическая, экспериментальная и практическая социальная психология. Если наукой считать только ту систему знаний, которая отвечает новейшим научным требованиям, то древнейшую историю человечества в лучшем случае можно рассматривать лишь как предысторию научной социальной психологии, а XX век — как возникновение и начало развития современной социальной психологии. И в том, и в другом случае, независимо от того, с какой эпохи мы начинаем отсчет времени существования интересующей нас области знаний, трудно будет точно наметить дату первого появления социально-психологических знаний. Однако приблизительно это все же сделать можно.

В древности социально-психологические знания возникли, по-видимому, тогда, когда люди стали жить сообществами и между ними сложились определенные взаимоотношения, которые для нормальной совместной жизни необходимо было понимать, объяснять и как-то регулировать. Тогда-то, наверное, люди впервые и задумались над природой своих взаимоотношений и приступили к поиску средств управления ими.

Безусловно, что в древнейших государствах, основанных еще в третьем-втором тысячелетиях до н. э., социально-психологические знания о человеческих взаимоотношениях не только уже существовали, но и широко использовались в практике. Об этом свидетельствуют, к примеру, история Древнего Китая, Древней Индии, государств Междуречья, Древнего Египта, Древней Греции и Древнего Рима. Уже там правители и представители религий умело манипулировали массами людей, их сознанием и поведением с помощью соответствующих социально-психологических знаний.

Правда, в то время социально-психологические знания были отражены не столько в учении о душе, которого еще как отдельной науки не существовало, сколько в философских размышлениях на темы истории, политики, права, а также в художественной литературе. Это и понятно: ведь первые социально-психологические знания людям необходимы были прежде всего для того, чтобы на житейском уровне, или на уровне обыденного сознания — как это сейчас называют, — объяснять процессы, происходящие в обществе.

(Относительно времени возникновения современной социальной психологии ученые придерживаются более определенного мнения, хотя и оно, конечно, не является единым. Конкретная точка того или иного ученого по данному вопросу зависит от того, о какой науке идет речь: о социальной психологии как части философии, о социальной психологии как составляющей социологии или о социальной психологии как отдельной, экспериментальной научной дисциплине.

Как самостоятельная наука, отделенная от философии, социальная психология возникла во второй половине XIX века. Ее появление и признание многие современные ученые связывают с двумя немецкими учеными, философами и лингвистами М. Лацарусом (1824–1903) и Г. Штейнталем (1823–1893). Именно они первыми выступили с заявкой на создание новой науки под названием «психология народов», проблематика которой близка к содержанию современной социальной психологии, во всяком случае — некоторых ее разделов. Эта заявка вместе с программой разработки данной науки была опубликована в первом номере научного журнала «Психология народов и языкознание», который вышел в 1859 году. С этого времени ученые и ведут историю современной социальной психологии. Определенный вклад в развитие психологии народов своими трудами внес известный немецкий психолог В. Вундт (1832–1920). Он написал и опубликовал в начале XX века (1900 год и далее) десяти томный труд под названием «Психология народов».

Таким образом, психология народов, впоследствии получившая название «этническая психология», стала первой темой социально-психологических исследований, которые в то время велись в контексте направления, называемого культурно-исторической психологией, что позволяло противопоставить его естественнонаучно ориентированной индивидуальной экспериментальной психологии В. Вундта и его последователей. По мнению русского ученого Н. Н. Надеждина, «психическая этнография» — это еще одно название психологии народов, или этнопсихологии, употребляемое в то время, — должна была изучать духовную сторону человеческой природы, умственные и нравственные способности, силу воли и характера, чувство человеческого достоинства и другие качества, характеризующие разные народы. Как типичные проявления народной психологии рассматривались также продукты устного народного творчества — сказки, пословицы, песни и т. п.

Первым разработчиком этнической психологии в нашей стране и соответственно психологии народов, или социальной психологии, по праву считается известный философ и психолог Г. Г. Шпет (1879–1940).

Этническая психология, по его мнению, должна была выявлять и изучать типичные «коллективные переживания», отвечая, например, на следующие вопросы: что любит народ? чего он боится? чему поклоняется? Г. Г. Шпет считал, что принадлежность человека к народу — акт не биологический, а социально-психологический. Этническая психология того или иного народа, по его мнению, определяется не наследственностью (генотипом), а сознательным приобщением к тем культурным ценностям и святыням, которые характерны для данного народа.

Таким образом, история социальной психологии началась с выделения особой науки под названием «психологии народов» («этническая психология», «психическая этнография», «культурно-историческая психология»), которую в XIX веке почти одновременно стали разрабатывать представители разных наук: историки, философы, лингвисты, этнографы, и лишь позднее, уже к концу века, к ним присоединились психологи (в лице, например, В. Вундта и Г. Г. Шпета).

Развитие социальной психологии

Дальнейшее развитие социальной психологии происходило следующим образом. В Европе и Америке оно уже в конце XIX — первые десятилетия XX века пошло различными путями. В центре внимания европейских ученых — социологов и социальных психологов — оказалась проблематика психологии масс и толпы. Ею в Европе почти одновременно занялись ученые из разных стран: Г. Тард, Г. Лебон во Франции, С. Сигеле в Италии, В. М. Бехтерев в России. В 1895 году публикуется книга Г. Лебона «Психология народов и масс».

Если Г. Тард, Г. Лебон и С. Сигеле обсуждали проблемы психологии масс в основном в теоретическом плане, то В. М. Бехтерев ставил и проводил эксперименты на эту тему (в его трудах все объединения людей, большие и малые, в то время назывались коллективами).

В течение первых трех десятилетий XX века, когда в Европе активно разрабатывались учения, касающиеся психологии народов, масс и толпы, в Соединенных Штатах социальная психология как таковая не существовала (в это время американские ученые-психологи были увлечены идеями бихевиоризма и психоанализа). Кроме того, социально-политическая обстановка в США в начале XX века была иной, чем в Европе, и данная страна в основном была заинтересована в разработке социально-психологических идей, касающихся, например, личных и деловых (экономических, политических и других) взаимоотношений между людьми в малых группах. Экономический кризис, безработица, распространение нервных заболеваний, расовая

проблема поставили перед учеными этой страны иные задачи, чем перед европейскими учеными.

Своеобразной вехой в истории социальной психологии (образно говоря, «ласточкой, не сделавшей погоды») стало появление ряда работ, в название которых впервые вошло словосочетание «социальная психология». Это были: труд американского философа и психолога Дж. Болдуина «Исследования по социальной психологии» (1897), книга английского ученого У. Макдугалла «Введение в социальную психологию» в 1908 году и работа американского социолога Э. Росса под название «Социальная психология». Считается, что именно с этого времени за данной наукой не только закрепляется ее современное название, но и она сама получает признание как вполне самостоятельная область научных психологических знаний.

Хотя социально-психологические идеи, как следует из сказанного выше, зародились еще в середине XIX века, однако до начала XX столетия экспериментальные исследования в области социальной психологии фактически не проводились, за исключением, пожалуй, единственного эксперимента, осуществленного американским ученым Н. Трипплетом в 1897 году. В современную, экспериментальную науку социальная психология стала по-настоящему превращаться лишь в 10–20-е годы XX века благодаря исследованиям, проведенным в это время немецким ученым В. Меде (1913), русским ученым В. М. Бехтеревым (1918–1920) и американским ученым Ф. Оллпортом (1920).

Только в 30-е годы XX века социально-психологическая проблематика впервые начинает привлекать к себе повышенное внимание. Волей судьбы это произошло в США и оказалось связанным со следующими событиями.

Во-первых, прагматическая ориентация науки, господствовавшая в этой стране, потребовала от ученых и соответственно от научных социально-психологических разработок стать полезными для практики.

Во-вторых, в эти годы в США эмигрирует немало известных европейских ученых, в первую очередь из Германии, где в 30-е годы зарождался фашизм. Среди ученых-эмигрантов оказались, например, известные, талантливые немецкие психологи М. Вертгеймер и К. Левин.

В-третьих, в самих Соединенных Штатах огромное количество людей стало в это время нуждаться в активной социально-психологической помощи (это были годы экономического кризиса, социальной депрессии и развития в этой стране так называемого «дикого» капитализма). Помощи простые люди ждали не от врачей или клинических

психологов, а от социальных психологов. Эти люди не были больными, они переживали серьезные жизненные трудности, находясь в состоянии психологического кризиса, и им необходимо было как-то приспособиться к новым для них условиям жизни¹.

В связи с этим особенно актуальной в эти годы становится социально-психологическая проблематика малых групп, причем поначалу именно в ее прикладном аспекте.

К. Левин, оказавшись в Соединенных Штатах, переключает свое внимание с проблем общей психологии (личности и мотивации), которыми он занимался, находясь еще в Германии, на социальную психологию. Это же делает и известный американский врач-психотерапевт, социолог и психолог Я. Морено. Оба ученых практически одновременно приступают к разработке социально-психологической проблематики малых групп и методов групповой психотерапии. Вместе они в середине 30-х годов также создают и первую социально-психологическую теорию малых групп.

Я. Морено сосредоточивает свое внимание на взаимоотношениях в группе и называет свою теорию социометрией. Аналогичное название получает и предложенная им методика экспериментального изучения взаимоотношений в малых группах. Он разрабатывает и первую групповую психотерапевтическую методику, получившую название «психодрама».

К. Левин предлагает общую теорию малых групп, в которой определяются основные понятия, описывающие структуру и взаимоотношения в малой группе. Им и его последователями предлагаются также и новые методы экспериментального изучения малых групп, организуются и проводятся первые оригинальные лабораторные эксперименты, в которых обнаруживается ряд новых социально-психологических явлений, характеризующих малую группу. Среди них — лидерство, конформизм, групповое влияние и групповые нормы. Так зарождается первое теоретически и экспериментально обоснованное направление в социальной психологии, получившее позже название «групповая динамика».

В скором времени новые тенденции в развитии научной и прикладной социальной психологии начинают распространяться во всем мире, включая страны Европы. К этому времени проблематика психологии народов и больших социальных групп отходит на второй план, а на

¹ Примерно то же самое происходило в России в недавнем прошлом. Поэтому и здесь в эти годы резко возрос спрос на услуги психологов вообще и социальных психологов в частности.

первый в Европе, как и в США, выходят вопросы, касающиеся функционирования и взаимоотношений людей в малых группах. Эти исследования, однако, в скором времени прерываются Второй мировой войной, которая временно переключила внимание ученых на другие социально-психологические проблемы, например на психологическое обеспечение ведения пропаганды и агитации в военное время.

После окончания Второй мировой войны к проблематике малых групп добавляются вопросы, порожденные социально-политическими событиями, произошедшими накануне и во время войны. Это, в первую очередь, вопросы, касающиеся зарождения и распространения фашизма, авторитаризма, проявлений жестокости и беспомощности в социальных и человеческих взаимоотношениях.

В первые годы после войны повышенное внимание к себе привлекает проблема агрессивности. Затем на некоторое время актуальной становится проблема авторитаризма. Эти две проблемы некоторое время, в течение примерно десяти лет после окончания войны, занимают внимание ученых, и вслед за этим интересы исследователей вновь, как и до войны, возвращаются в «мирное» русло.

Вспомним, что социальная психология как наука возникла и стала разрабатываться за рубежом в то время, когда, преодолев кризис начала XX века, психология разделилась на ряд направлений: *бихевиоризм*, *гештальтпсихологию*, *психоанализ* и другие. Это, естественно, сказалося и на подходах к пониманию и изучению социально-психологических явлений, характерных для представителей этих направлений.

Бихевиористы в социальной психологии (Б. Скиннер, Н. Миллер, Д. Доллард, Дж. Тибо, Г. Келли, А. Бандура и другие) сосредоточили свое внимание на изучении социального поведения человека, на его объяснениях в соответствии со схемой «стимул — реакция» и с использованием понятия «подкрепление».

Психоанализ (Э. Фромм, Г. Салливан, Л. Байон, В. Беннис, Г. Шенард, Л. Шутц и другие) обратился к «глубинным» групповым процессам, имеющим бессознательный характер.

Идеи гештальтпсихологии, давшей начало когнитивной психологии в США (К. Левин, С. Аш, Р. Кратчфильд, Ф. Хайдер, Т. Ньюком, Л. Фестингер и другие), нашли отражение в понимании групповых процессов и в практике социально-психологического тренинга (Т-группы и гештальтгруппы).

Эти направления в социальной психологии преобладали в первой половине XX века. В начале его второй половины интерес к социально-психологической проблематике стал проявляться в России (бывшем Советском Союзе).

Становление социальной психологии в России

Если рассматривать историю развития социально-психологических идей в нашей стране, то она кое в чем совпадает, а кое в чем и отличается от истории становления и развития данной науки в зарубежных странах. Поначалу, еще до революции 1917 года, и отчасти в первые годы советской власти социальная психология в нашей стране развивалась в русле тех же тенденций и направлениях, что и за рубежом. Однако после резкого изменения социально-политической обстановки в стране в связи с Октябрьской революцией развитие социальной психологии в России пошло иными путями. Вскоре после революции были подвергнуты острой критике идеи, высказанные В. М. Бехтеревым в «Коллективной рефлексологии» относительно психологии масс и их значения в истории. Он считал роль неорганизованных масс людей в истории отрицательной, в то время как советская власть, победившая благодаря стихийному выступлению и поддержке масс людей, напротив, возвышала и возвеличивала эту роль.

В связи с тем что существовавшие в то время зарубежная и дореволюционная российская психология масс, представлявшие социальную психологию в целом, не соответствовали ни идеологии, ни политике советской власти, в течение почти полувека социальная психология в Советском Союзе фактически не разрабатывалась. Она была заменена частью марксистско-ленинского учения под названием «исторический материализм», который дополнял так называемый «научный коммунизм». В этих условиях о существовании конкурирующей с ними и к тому же разрабатываемой за рубежом, в капиталистических странах «буржуазной» социальной психологии не могло быть и речи.

Однако к концу 60-х годов XX века, во время «хрущевской» оттепели, ситуация в стране стала меняться. Идеологическое давление, оказываемое на гуманитарные науки, стало постепенно ослабевать. В практике управления страной к этому времени появились проблемы, которые надо было решать с позиций конкретных наук, а не марксистско-ленинской философии, и это привлекло внимание ученых и практиков к социально-психологической проблематике.

Прежде всего, нужно было решить вопрос о предмете социальной психологии и его отличии от предметов других социальных и гуманитарных наук, разрабатывавшихся в стране. Этот вопрос, как известно, на протяжении всех лет существования советской власти дискутировался дважды: в 20-е и в конце 50-х — начале 60-х годов XX века.

В 20-е годы наука под названием «социальная психология» во всем мире только еще начинала разрабатываться, хотя в это время уже су-

уществовала и успешно развивалась общая экспериментальная психология. Не был еще преодолен общий кризис психологической науки, не имели удовлетворительного решения многие связанные с ним вопросы, в том числе о соотношении экспериментальной и неэкспериментальной психологии, общей психологии и вновь возникших наук: психологии народов, психологии масс, психологии толпы и этнической психологии. Наконец, это время исторически совпало с революцией 1917 года и с началом активного внедрения в сознание ученых марксистской идеологии. Все это вместе взятое предопределило ход первой дискуссии о предмете социальной психологии, ее результаты и дальнейшую судьбу в стране.

Г. И. Челпанов, к примеру, предлагал отделить общую экспериментальную психологию от марксистской философии и называть социальной психологией только науку, ориентированную на философию. Ему возражали многие известные российские ученые — Л. С. Выготский, В. А. Артемов, К. Н. Корнилов, П. П. Блонский и другие. Они доказывали, что нет вообще необходимости специально выделять социальную психологию и разрабатывать ее как отдельную науку, поскольку вся психика человека является социальной, то есть любая область психологии может называться социальной.

Этой позиции, кстати, придерживались некоторые известные ученые-психологи и во время второй дискуссии о предмете и судьбе социальной психологии. Данный факт можно объяснить только тем, что они не имели представления о том, чем на самом деле занимается и что действительно изучает социальная психология в мире.

Другие ученые, к примеру В. М. Бехтерев, признавали социальную психологию, но вместо нее предлагали разрабатывать другую науку — *коллективную рефлексологию* — науку о процессах, происходящих в объединениях людей — коллективах.

Первая дискуссия о судьбе и предмете социальной психологии так и не привела к позитивному результату, к началу активной разработки социальной психологии в нашей стране. На несколько десятков лет, вплоть до конца 50-х годов, разговоры на эту тему фактически прекратились. Ее негласно заменили исторический материализм как своеобразная социально-психологическая теория и научный коммунизм как социальная теория и практика, дополненная и реализованная педагогической теорией А. С. Макаренко и практикой создания и функционирования социалистических коллективов.

К концу 50-х годов XX века социальная психология за рубежом уже представляла собой развитую теоретическую и экспериментальную науку. К этому времени в социальной психологии малых групп накопилось

немало новой и полезной информации о процессах, происходящих в группах. Внимание отечественных ученых в конце 1950-х годов вновь направляется на социальную психологию. Вновь возникает вопрос о необходимости разработки социально-психологической проблематики.

В связи с этим на страницах научных журналов разворачивается вторая дискуссия на тему о том, что такое социальная психология, каков ее предмет и нужно ли ею заниматься (А. Г. Ковалев, Б. Д. Парыгин, В. Н. Мясищев). Участники дискуссии на этот раз в большинстве своем уже придерживались мнения о необходимости существования и развития такой науки, обсуждали вопросы о ее предмете и связях с другими науками. В качестве предмета социальной психологии назывались массовидные явления психики (социологи), личность и малые группы (психологи). Все участники дискуссии сходились во мнении о том, что предметом социально-психологических исследований должны стать коллективы. Итогом этой дискуссии явилось признание за социальной психологией права на самостоятельное существование.

После дискуссии социально-психологическая проблематика разделяется между двумя науками: социологией и психологией. К социологии отходят большие социальные группы, массовые коммуникации и массовидные явления психики, к психологии — личности в группе, проблематика малых групп, человеческих взаимоотношений и восприятия людьми друг друга.

Возобновившиеся в нашей стране социально-психологические исследования отличаются тем, что существуют в рамках еще господствовавшей в то время «марксистско-ленинской» идеологии. В психологии эти исследования ограничиваются социальной психологией малых групп и восприятия людьми друг друга, не касаясь, например, объяснения социальных процессов и явлений. В свою очередь, социально-психологическая проблематика малых групп оказывается соответствующим образом «подправленной» и противопоставленной «буржуазной» социальной психологии, по-прежнему «неприемлемой» для советских ученых. Это, в частности, проявилось в следующем. Понятие «малая группа» заменяется понятием «коллектив». Последнее, соответственно, трактуется в русле понимания «социалистического» коллектива в марксистско-ленинской философии, научном коммунизме и в педагогической теории А. С. Макаренко. В публикациях на тему о психологии коллектива считается обязательным непременно критиковать «западную» или «буржуазную» социальную психологию малых групп, противопоставлять ей «более правильную» советскую социальную психологию коллектива. В этом ключе были выполнены многие исследо-

ния коллектива, организованные и проведенные с конца 1960-х годов под руководством А. В. Петровского, Л. И. Уманского, Е. В. Шороховой и других.

Одновременно с этим разворачиваются теоретические и экспериментальные исследования, посвященные следующим проблемам:

- восприятию и пониманию людьми друг друга (А. А. Бодалев и другие ученые);
- психологическому климату коллектива (Б. Д. Парыгин и другие);
- стилю руководства (А. Л. Журавлев и другие);
- социальной перцепции (Г. М. Андреева и другие);
- эффективности групповой деятельности (Н. Н. Обозов и другие).

Направления исследований в зарубежной социальной психологии, ее основные проблемы

В первой половине XX века социальная психология за рубежом развивалась в обстановке, когда в общей и других областях психологии происходила дифференциация психологических наук, а также разделение психологических исследований на ряд направлений и школ. Исторически обстоятельства сложились таким образом, что социальной психологией стали одновременно заниматься представители разных, уже сформировавшихся школ и направлений, и это, несомненно, сказалось на особенностях их подходов к постановке и решению социально-психологических проблем за рубежом. Эти подходы в основном определились к середине XX века и окончательно оформились в начале его второй половины.

Уже в последней четверти XX века зарубежные социальные психологи, пытаясь осмыслить путь, пройденный их наукой за несколько десятилетий, отмечали, что этот процесс шел в соответствии со многими сложившимися в психологии к этому времени ведущими направлениями и школами. Однако далеко не все эти направления внесли одинаковый вклад в развитие социально-психологических знаний.

Г. М. Андреева, Н. Н. Богомолова и Л. А. Петровская в одной из немногих исторических работ на эту тему, опубликованных на русском языке¹, называют следующие ведущие направления социальной психологии первой половины XX столетия: *необихевиористское, когнитивное, психоаналитическое и интеракционистское*.

¹ Андреева Г. М., Богомолова Н. Н., Петровская Л. А. Современная социальная психология на Западе. — М., 1978.

Необихевиористское направление возникло в русле последнего варианта бихевиоризма, который сейчас принято называть неонеобихевиоризмом, или социальным бихевиоризмом¹.

Это направление, как и бихевиоризм в целом, отличалось строгой приверженностью к экспериментированию, точному определению понятий, ориентацией на естественнонаучный образец научного исследования. Оно было в основном представлено в работах Б. Скиннера, А. Бандуры, Н. Миллера, Д. Долларда, Р. Уолтерса и ряда других американских ученых.

Общей мотивационной концепцией социального поведения в данном направлении считался гедонизм, а главным объяснительным принципом — *оперантное* (по Скиннеру) или *викарное социальное* (по Бандуре) *научение*. В качестве внутреннего источника социального поведения в первоначальном варианте социального бихевиоризма, как и бихевиоризма в целом, выступал «драйв», а внешние стимулы трактовались как «социальные подкрепления».

Затем акцент оказался смещенным с биологического (внутреннего) на социальное (внешнее) объяснение поведения. На начальном этапе разработки этого направления схема оперантного научения по Скиннеру заняла ведущее место, однако затем она была дополнена принципами социального научения по Бандуре и рядом других идей. Вначале бихевиористы рассматривали социальное поведение человека вне группы, однако позднее (поскольку социальная психология — это в основном психология групп) им пришлось переключить свое внимание на групповые процессы. Работа Д. Тибо и Г. Келли «Социальная психология групп» (1959) стала одной из немногих попыток применения необихевиористских принципов к анализу процессов, происходящих в малых группах. Эти процессы, по мнению авторов, основаны на обмене социальными подкреплениями или социальными «вознаграждениями и наказаниями» между участниками группового процесса.

Г. М. Андреева, Н. Н. Богомолова и Л. А. Петровская пишут, что в теоретическом плане Д. Тибо и Г. Келли опирались на идею «экономического человека», который, действуя рационально, выбирает для себя способ поведения, обеспечивающий ему максимальный выигрыш и минимальные потери. В соответствии с этим для каждого участника группы определяются формы поведения и вероятности получения

¹ С этой точки зрения наименование направления «необихевиористское» не совсем правильное, так как необихевиоризм возник в 30-е годы и просуществовал до второй половины XX века. Далее он был заменен названным выше неонеобихевиоризмом, или социальным бихевиоризмом.

связанных с ними «вознаграждений» или «наказаний». Далее на этой основе создается и анализируется «матрица исходов», которой, по мнению авторов данной концепции, определяется (в соответствии с гедонистическим принципом) поведение членов группы в их непосредственном взаимодействии друг с другом. Более подробно процесс взаимного обмена «награждениями» и «наказаниями» в группе-диаде, опираясь на идею оперантного научения, рассмотрел в своих трудах Г. Хоуманс. Его концепция получила название *теории социального обмена «награждениями» и «наказаниями»*.

Главной проблемой социально-психологического анализа в работах необихевиористов стал поиск объяснения *агрессивного поведения, социальной привязанности и беспомощного поведения*. К примеру, Н. Миллер, Р. Доллард и другие сформулировали и обосновали фрустрационную теорию агрессии и вместе с А. Бандурой заложили основы общей теории социального научения, в которой главная роль была отведена наблюдению и подражанию другим людям. В своих работах А. Бандура, труды которого стали особенно популярными в последней четверти XX века, когда в США сложилась и стала ведущим направлением когнитивная психология, пытался также учесть и когнитивно-психологические факторы в объяснении социального поведения человека.

Когнитивистская ориентация в социальной психологии, в свою очередь, отличалась стремлением объяснить социальное поведение с использованием понятий, относящихся к познавательным процессам. Принципиальная схема объяснения, характерная для данного направления, выглядела следующим образом: *знания и представления человека о мире, его отношения и социальные установки организуются в некоторую систему, которая затем используется для управления его поведением*.

Базовой теоретической предпосылкой для разработки когнитивистской ориентации в социальной психологии стали *теория поля* К. Левина и другие идеи представителей гештальтпсихологии: В. Келера и М. Вертгеймера, эмигрировавших из Германии в США в годы фашизма. Ученики К. Левина Л. Фестингер и Ф. Хайдер заложили основы когнитивистской ориентации в социальной психологии. «Весь традиционный набор идей гештальтпсихологии, — пишут Г. М. Андреева, Н. Н. Богомолова и Л. А. Петровская, — (был) широко представлен в работах социальных психологов когнитивистской ориентации»¹.

Главным объяснительным понятием в этой ориентации стала *когнитивная организация*, или *когнитивная структура*. Р. Зайонц определил

¹ Андреева Г. М., Богомолова Н. Н., Петровская Л. А. Современная социальная психология на Западе. — М., 1978. — С. 94.

ее как динамическую систему когнитивных элементов, которые порождают мотивационные, социально-установочные или поведенческие следствия. В когнитивных социально-психологических теориях, кроме того, широко использовалось понятие «значение» (Ч. Осгуд).

К теориям, представляющим это направление, относятся концепции когнитивного соответствия (Ф. Хайдер, Т. Ньюком, Л. Фестингер, Ч. Осгуд и другие), а также социально-психологические концепции С. Аша, Д. Креча, Р. Кратчфилда. Концепции когнитивного соответствия основаны на идее того, что когнитивная структура человека и ее актуальное состояние определяют поведение человека. В норме данная структура должна быть сбалансированной, и если этого нет, то возникает стремление человека (социальной группы) изменить ее таким образом, чтобы она стала сбалансированной (теории структурного баланса Ф. Хайдера, коммуникативных актов Т. Ньюкома, когнитивного диссонанса Л. Фестингера, конгруэнтности Ч. Осгуда и П. Танненбаума). Основная идея Хайдера, например, заключалась в утверждении, что люди склонны формировать и сохранять в своем сознании упорядоченный и связный взгляд на мир. По мнению Ньюкома, тенденция к балансу характеризует не только внутренний, психологический мир человека, но и сферу межличностных отношений.

Концепция когнитивного диссонанса Л. Фестингера стала наиболее популярной в рамках когнитивистской ориентации в социальной психологии. Она получила широкое распространение, и ее приложения оказались настолько значительными, что соответствующие идеи проникли во многие области социальной психологии, включая малые группы, социальные установки, межгрупповое взаимодействие, массовые коммуникации и другие.

Кратко охарактеризуем основные идеи теории когнитивного диссонанса.

1. Нормальное состояние когнитивной системы (или системы когниций группы взаимодействующих людей) — консонанс, или соответствие. Такое состояние является устойчивым, и к нему когнитивная система в конечном счете стремится. Оно, кроме того, вызывает у людей положительные эмоции.
2. Аномальное состояние когнитивной системы — диссонанс. Данное состояние связано с неприятными эмоциональными переживаниями, и от него люди стараются избавиться.
3. Стремясь к устранению когнитивного диссонанса (к достижению когнитивного консонанса), люди могут менять или свои знания, или свое поведение.

4. Внутри когнитивной системы индивида (или социальной группы) всегда имеется определенное несоответствие. Оно является источником динамических, в том числе прогрессивных изменений данной системы.

Взгляды Д. Креча и Р. Кратчфилда несколько отличаются от тех, которые характеризуют теорию Фестингера. Эти ученые включили в процесс объяснения социального поведения такие когнитивные переменные, как образ, ожидание, идея и ряд других.

Сравнивая между собой бихевиористскую и когнитивистскую ориентации, Г. М. Андреева, Н. Н. Богомолова и Л. А. Петровская констатируют, что они формально противостоят друг другу по многим позициям, касающимся объяснения социального поведения. Это, в частности, проявляется в том, что для социального бихевиоризма главное в понимании поведения — научение через оперантное обусловливание или социальное подкрепление, то есть его объяснение со стороны внешне воздействующих сил. В когнитивизме, наоборот, поведение объясняется на основе внутренних, психологических детерминант — когнитивных образований.

Психоаналитическая ориентация в социальной психологии вначале исходила из учения З. Фрейда, которое в США получило широкое признание. Однако более глубокий анализ данной ориентации показывает, что в действительности она оказалась связанной не столько с ортодоксальным психоанализом, сколько с глубинной психологией в том ее виде, который сложился во второй половине XX века. Поэтому эту научную ориентацию правильнее называть не психоаналитической, а *глубинной*, или *неофрейдистской*. Она, в частности, представлена в теориях развития и функционирования группы В. Байона, В. Бенниса и Г. Шенарда, а также в теории межличностных отношений В. Шутца.

В рамках психоаналитической ориентации проводится аналогия между малой социальной группой и семьей. Точно так же, как в свое время Фрейд понимал семейные отношения, социальные психологи этого направления позже трактуют любую малую группу и характерные для нее взаимоотношения. При этом роль отца в семье переносится соответственно на роль лидера группы, а взаимоотношения между лидером и остальными членами социальной группы рассматриваются по аналогии с взаимоотношениями между главой и членами семьи.

Классический психоанализ и вся глубинная психология решающую роль в объяснении поведения отводят бессознательному. Подобным же образом — как групповое или коллективное бессознательное — трактуются и базисные процессы, происходящие в группе. В результате в научное понимание групповой психологии и процессов оказались

внедренными инстинктивные, иррациональные тенденции, характерные для классического и более позднего психоанализа. Многие современные ученые признают, что глубинная психология оказала существенное влияние на «движение человеческого потенциала», в частности на теорию и практику работы Т-групп. Приемы, используемые в них, ориентированы, к примеру, на осознание участниками группы того, что находится вне их сознания.

К психоаналитической ориентации в социальной психологии можно также отнести теории, в которых с социально-психологической точки зрения понимается личность или объясняются межличностные отношения. К примеру, в основе понимания В. Шутцем интерперсонального поведения лежит одно из фундаментальных положений теории З. Фрейда, согласно которому социальная жизнь взрослого человека однозначно предопределяется его детским опытом. Сферой продолжения этого опыта становятся социальные отношения уже ставшего взрослым человека с окружающими людьми. В эту же группу теорий можно включить концепцию авторитаризма и авторитарной личности Т. Адорно. Такая личность, по мнению Адорно, воспитывается авторитарными родителями, которые используют в семье суровые, жесткие формы наказания по отношению к ребенку. Став взрослым, человек, воспитанный подобным образом в семье, начинает проявлять свои авторитарные склонности по отношению к другим, зависящим от него людям.

Интеракционистская ориентация рассматривает практически все социально-психологические феномены как результат взаимодействия внутриличностных (психологических) и внеличностных (социальных) факторов. Она, в отличие от рассмотренных выше ориентаций, возникла не в психологии, а в социологии и затем была перенесена на область социальной психологии. Ее главным идейным и методологическим источником стала система взглядов Д. Мида.

Предмет анализа здесь — взаимодействие индивидов, групп и общества, процессы массовых коммуникаций и социальные роли. В социальной психологии интеракционисты решали задачу, в некотором смысле слова противоположную той, над которой размышляли психоаналитики и бихевиористы. Если психоаналитики и бихевиористы пытались понять социальные процессы, исходя из индивида, то интеракционисты, наоборот, пытались объяснить личность, исходя из социальных процессов.

Внутри интеракционистской традиции выделяются три частных направления: *символический интеракционизм, теория социальных ролей и теория референтной группы*. Концепция символического интеракционизма представлена в трудах Г. Блумера, Н. Дензина, М. Куна, А. Роуза, Т. Шибутани и других. В данной концепции утверждается,

что взаимодействие людей друг с другом происходит в символической форме. Под символом в данном случае понимается все, что в культуре имеет определенное значение (смысл) для людей и что выражается с помощью разнообразных средств общения, как вербальных, так и невербальных. Основными источниками символов могут выступать личность, социальная роль и референтная группа.

Большое значение для понимания социального поведения человека и интеракционизме имеет анализ ролей, которые предписываются человеку или которые он сам берет на себя. Референтная группа также присутствует в сознании взаимодействующих друг с другом индивидов как своеобразная точка отсчета — критерий оценок, суждений и образец для подражания. С ней индивид соотносит то, что происходит в процессе его взаимодействия с другими людьми и социальными группами. Таким образом, референтные группы (их на самом деле может быть у одного и того же человека несколько) выполняют нормативную и сравнительно-оценочную функцию в процессе социального взаимодействия людей.

Оценивая в целом представленные выше ориентации в зарубежной социальной психологии первой и начала второй половины XX века, необходимо отметить, что они отчетливо были представлены в основном только в социальной психологии США. К концу XX века различия между ними и теми направлениями в психологии, на которые они в свое время опирались, сгладились и стали менее заметными. Кроме того, в Европе и России (бывшем Советском Союзе) социально-психологические исследования во второй половине XX века пошли иными путями, чем в США.

Современное состояние социальной психологии

В социальной психологии последней четверти XX века произошли заметные изменения. Они характеризуются активной разработкой социально-психологической проблематики и выходом ее на одно из первых мест в научных и прикладных психологических исследованиях. Произошла дифференциация самой социальной психологии. Она преобразилась в одну из наиболее развитых фундаментальных психологических наук, и внутри ее выделились отдельные специальные науки (частные направления исследований). Среди них можно назвать психологию малых групп, общения, межличностных отношений, восприятия и понимания людьми друг друга, семьи, управления, конфликтов, социальных установок, масс и ряд других отраслей.

Вместе с тем психологические знания проникли в другие психологические науки: общую, дифференциальную, возрастную, клиническую,

экономическую, военную, юридическую, спортивную и т. д. Они стали широко использоваться в таких науках, как политология, экономика, социология, право, история, и в ряде других. На базе социально-психологических знаний в настоящее время строятся многие методы практической психологии, в том числе различные виды социально-психологических тренингов (активного группового обучения).

60-е годы XX века можно считать временем нового подъема и ускоренного развития социальной психологии во всем мире. В это время в ней появились не только новые направления научных и прикладных исследований, но социальная психология вышла на одно из первых мест среди психологических наук, стала одной из наиболее интересных и быстро развивающихся областей научных знаний. Ею занимается большое количество ученых, представляющих не только социальную психологию, но и другие отрасли психологической науки.

Основные тенденции развития мировой социальной психологии, начиная с 60-х годов XX века и до конца этого века, отразились и на состоянии отечественной социальной психологии. Эти тенденции можно определить следующим образом.

1. Началась внутренняя дифференциация традиционной социальной психологии. В ней появились относительно самостоятельные направления научных исследований, в том числе: психология малых групп, социальных установок, эффективности групповой деятельности, восприятия и понимания людьми друг друга.
2. Появились новые отрасли психологии, в которых ключевую роль стали играть именно социально-психологические знания. Это — юридическая, экономическая, политическая психология, психология рекламы, управления и многие другие.
3. Расширилась практика применения социально-психологических знаний в реальной жизни, сопровождающаяся возникновением и развитием новых направлений прикладной и практической психологии, в том числе группового психотерапевтического движения и РР-движения, психологии рекламы, имиджмейкерства и других.
4. В Европе, включая и Россию, возникли новые направления социально-психологических исследований, отличающиеся от традиционной американской социальной психологии. В Англии и во Франции, например, начиная с конца 60-х годов, появляется психология межгрупповых отношений и по-новому трактуются многие процессы, происходящие в малых группах. В России (бывшем СССР) на первый план вышла проблематика психологии управления и коллектива.

5. Проблематика малых групп стала постепенно отходить на второй план, а на первое место вышли другие проблемы социальной психологии, связанные, например, с отношениями, существующими в обществе, или взаимодействием между большими социальными группами.
6. Произошло заметное сближение социологических и социально-психологических исследований в таких пограничных областях, как экономика, политика, право, межэтнические, межгосударственные и внутривнутриполитические отношения.
7. В социальной психологии стали намного меньше проявляться тенденции, характеризующие отдельные направления психологии: бихевиоризм, гештальтпсихологию, психоанализ, гуманистическую психологию и другие. Социальная психология стала превращаться в единую, не разделенную на отдельные направления, науку.

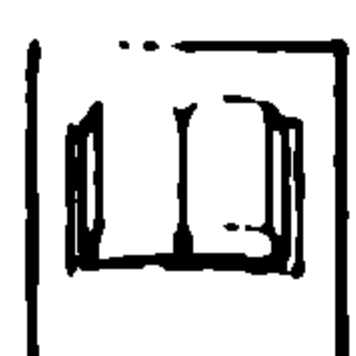
70–80-е годы XX века можно назвать годами расцвета, подъема и широкого признания социальной психологии как в нашей стране, так и за рубежом. Она не только стала весьма популярной наукой, но социально-психологические знания проникли и в настоящее время широко применяются во многих других отраслях психологии и непсихологических науках. Среди них можно назвать психологию личности, детскую, клиническую, военную, юридическую, спортивную и другие отрасли психологии, а также психологию управления, рекламы, политическую и экономическую психологию. Иными словами, социальная психология превратилась в одну из самых популярных, активно разрабатываемых и востребованных психологических наук.

Наступившая в конце 80-х годов XX века горбачевская перестройка и последовавшее за ней прекращение существования Советского Союза вдохнули новую жизнь в развитие социальной психологии в России. Были сняты идеологические барьеры и ограничения на развитие данной науки, действовавшие на протяжении всего времени существования советской власти, открыты возможности для перевода и публикации на русском языке зарубежной социально-психологической литературы, расширилась проблематика социально-психологических научных и прикладных исследований. Российская социальная психология стала превращаться в естественную часть мировой социально-психологической науки, а российские ученые активно включились в разработку тех социально-психологических проблем, которые стали в наши дни актуальными для всех стран мира.

? Контрольные вопросы

1. В чем заключаются трудности, связанные с точным установлением начала социально-психологических исследований?
2. Почему заявку на разработку новой науки под названием «психология народов» можно считать началом развития социальной психологии в целом?
3. Какие альтернативные названия имела эта наука до того, как она стала называться социальной психологией?
4. Что представляла собой следующая за психологией народов тематика социально-психологических исследований?
5. Чем отличались пути развития социальной психологии в Европе и США в первые десятилетия XX века?
6. Когда и кем впервые было использовано название «социальная психология»?
7. Когда появились первые экспериментальные социально-психологические исследования и кого можно считать основателем экспериментальной социальной психологии?
8. В чем состояла специфика разработки социально-психологических проблем в первые десятилетия XX века?
9. Каковы были особенности обстановки, в которой развивалась психологическая наука в целом и социальная психология в первой половине XX века?
10. Что представляло собой необихевиористское направление в социальной психологии?
11. Кто и каким образом разрабатывал необихевиористское направление в социальной психологии?
12. На какие идеи опирались представители когнитивистской ориентации в объяснении социально-психологических феноменов?
13. Какое влияние работы немецких гештальтпсихологов оказали на возникновение и разработку когнитивистской ориентации в США?
14. Кто конкретно и под каким углом зрения представлял идеи когнитивного подхода в социальной психологии?
15. Что такое когнитивное соответствие и когнитивный диссонанс?
16. Каковы были основные идеи психоаналитической («глубинной») ориентации в социальной психологии?
17. Кто и каким образом представлял психоаналитическую ориентацию в социальной психологии?
18. Что такое интеракционистская ориентация в зарубежной социальной психологии?
19. Каким образом интеракционистская ориентация связана с социологией?

20. Кто из ученых и каким образом разрабатывал идеи интеракционизма в социальной психологии?
21. Что представлял собой символический интеракционизм, теории социальных ролей и референтной группы?
22. В чем заключалась разница в направлениях научных исследований в США, Европе и России (бывшем Советском Союзе) во второй половине XX века?
23. Что представляла собой первая в нашей стране дискуссия о предмете и судьбе социальной психологии?
24. Какого рода политические и идеологические ограничения были наложены после Октябрьской революции на разработку социально-психологической проблематики в нашей стране и почему?
25. Как повлияли события, связанные со Второй мировой войной, на дальнейшее развитие социальной психологии?
26. По какой причине возникла и как прошла вторая дискуссия о предмете и судьбе социальной психологии в нашей стране?
27. Как развивалась социальная психология в нашей стране после дискуссии в 60–70-е годы XX века?
28. Какими проблемами преимущественно занимались советские социальные психологи до начала «горбачевской» перестройки?
29. Каким образом перестройка повлияла на судьбу и дальнейшее развитие социальной психологии в России?
30. Каковы основные тенденции развития социальной психологии в современном мире и в России?
31. Каким образом можно охарактеризовать настоящее положение дел в области социальной психологии?



Литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология. — М., 2006. — С. 27–47.
2. Битянова Н. Р. Социальная психология. — М., 2001. — С. 11–43.
3. Парыгин Б. Д. Основы социально-психологической теории. — М., 1971. — С. 6–26.
4. Социальная психология в трудах отечественных психологов. — СПб., 2000. — С. 7–68.
5. Социальная психология: История. Теория. Эмпирические исследования / Под ред. Е. С. Кузьмина, В. Е. Семенова. — Л., 1979. — С. 6–47.
6. Шибутани Т. Социальная психология. — Ростов-на-Дону, 2002. — С. 17–23.
7. Шихирев П. Н. Современная социальная психология. — М., 2000. — С. 313–355.

Глава 2

Предмет социальной психологии, ее теоретические и прикладные задачи



Краткое содержание

Предмет социальной психологии. Социальная психология как фундаментальная психологическая наука. Основные проблемы и темы научных исследований в современной социальной психологии. Явления, характеризующие общение и взаимодействие людей. Феномены, относящиеся к малым группам. Вопросы взаимодействия и взаимовлияния индивида и группы. Массовидные явления психики. Межличностные отношения. Социальное поведение людей. Восприятие и понимание людьми друг друга. Социальные установки. Лидерство. Межгрупповые взаимоотношения. Динамичность и зависимость предмета социальной психологии от проблем, с которыми сталкиваются люди в жизни.

Научные и прикладные задачи социальной психологии. Специфика и необходимость решения социальным психологом следующих общих теоретических задач: поиск и нахождение точных определений изучаемых явлений; классификация социально-психологических явлений с уточнением их особенностей; изучение генезиса соответствующих явлений; исследование развития социально-психологических феноменов; научное объяснение природы соответствующих явлений; выяснение связей, существующих между различными социально-психологическими и другими явлениями. Особенности прикладных задач социальной психологии: выявление проблем, с которыми сталкиваются люди в их повседневной жизни; разработка методов социально-психологической диагностики; создание и апробация методов социально-психологического воздействия; поиск, научное обоснование и разработка практических способов решения реальных жизненных проблем людей; оценка успешности их решения; подготовка практических социальных психологов в высших учебных заведениях; взаимодействие социальных психологов с другими специалистами в решении практических проблем.

Предмет социальной психологии

Социальная психология — это наука о психологических явлениях, возникающих в процессе общения и взаимодействия людей друг с другом. Изучаемые ею феномены относятся или к личности в ее взаимоотношениях с другими людьми, или к малым и большим социальным группам людей.

Социальная психология представляет собой одну из фундаментальных психологических наук, она ставит и решает проблемы, имеющие принципиальный характер для познания психологии и поведения людей, ведет поиск решения практических проблем, возникающих в сфере общения и взаимодействия людей.

В социальной психологии выделяются и изучаются:

- 1) явления, характеризующие общение и взаимодействие людей;
- 2) феномены, относящиеся к малым социальным группам;
- 3) вопросы взаимодействия и взаимовлияния индивида и группы;
- 4) массовидные явления психики (феномены, возникающие в больших социальных группах);
- 5) межличностные отношения;
- 6) социальное поведение людей;
- 7) восприятие и понимание людьми друг друга;
- 8) социальные установки;
- 9) лидерство;
- 10) межгрупповые взаимоотношения.

Приведем некоторые примеры явлений, относящихся к указанным выше проблемам и вопросам (соответствующие им частные социально-психологические явления).

В социальной психологии изучаются, например, виды, формы и средства общения, определяется их значение для психологического развития и благополучия людей. Социальных психологов при общении и взаимодействии людей интересует влияние, оказываемое ими друг на друга, роли, которые они берут на себя, взаимная адаптация людей друг к другу. Интерес представляют и сами по себе феномены общения и взаимодействия, которые изучаются в социальной психологии с разных сторон.

Явления, относящиеся к малым группам, включают в себя их строение (структуру), разновидности, характерные для них деловые и личные отношения, лидерство, композицию, распределение ролей, а также ряд специальных групповых феноменов, таких, например, как сплоченность, совместимость, групповая поляризация, условия эффективности групповой деятельности.

Взаимодействие и взаимовлияние группы и индивида характеризуются через такие явления, как лидерство, групповое давление и конформность, а также через изменения в психологии и в поведении индивида, которые происходят под влиянием группы.

Массовидные явления психики включают в себя такие феномены, как массовое сознание, настроение, общественное мнение, слухи, мода, паника, религия, реклама и ряд других. Кроме того, в связи с ними исследуется влияние средств массовой коммуникации (печати, радио, телевидения, телефона, Интернета и т. п.) на социальные установки людей.

Межличностные отношения — это одна из давних и традиционных тем социально-психологических исследований. Такие отношения существуют между отдельными людьми и участниками различных социальных групп. Ученые разрабатывают классификацию человеческих отношений, выясняют их специфику, изучают факторы, от которых они зависят.

Социальное поведение стало предметом социально-психологических исследований сравнительно недавно. Вначале его представляли и анализировали в разделе общей психологии, посвященном мотивации, а также в социальном бихевиоризме. Однако те формы поведения человека в обществе, которые там исследовались: поведение, направленное на достижение успехов и избегание неудач, аффилиативное поведение, оказание помощи людям и беспомощное поведение, стремление к власти и подчинение, агрессивность, представляют собой виды социального поведения, которые, кроме того, характеризуют взаимоотношения людей и органически в них включены как мотивационная основа взаимоотношений. Поэтому социальное поведение и его мотивы напрямую выступают как предмет собственно социально-психологических исследований.

В область изучения современной социальной психологии, несомненно, входят явления, связанные с восприятием и пониманием людьми друг друга, социальных объектов и социальных событий (все это, вместе взятое, называется социальной перцепцией). Традиционно больше всего внимания в работах современных социальных психологов уделяется изучению межличностного (интерперсонального) восприятия, где, в частности, исследуются следующие моменты: процесс межличностного восприятия и его механизмы, условия правильного и ошибочного восприятия и оценивания людьми друг друга, индивидуальные, профессиональные, возрастные, гендерные (половые) и другие особенности восприятия и понимания людьми друг друга.

Социальные установки людей — это устойчивые или изменчивые отношения людей к тому, что происходит с ними или вокруг них. При изучении социальных установок социальные психологи рассматривают их разновидности, структуру, устойчивость, изменчивость, закономерности формирования и изменения под влиянием средств массовой информации, влияние этих установок на социальное поведение людей и ряд других вопросов.

Лидерство — это особая, отдельная тема социально-психологических исследований, с которой, к примеру, начинались эксперименты К. Левина с малыми группами. Хотя эта тема напрямую связана с человеческими отношениями и социальными группами, она давно уже стала вполне самостоятельным направлением научных и прикладных социально-психологических исследований. Занимаясь проблемой лидерства, социальные психологи решают следующие связанные с ней задачи: дают определение лидеру и лидерству, выясняют, чем лидер отличается от руководителя, а лидерство от руководства, выделяют и описывают различные стили лидерства, предлагают научное объяснение (теории) лидерства, решают вопрос об эффективном стиле лидерства и ряд других научных и прикладных вопросов.

Межгрупповые взаимодействия или взаимоотношения — это отношения, складывающиеся в обществе между большими и малыми социальными группами, включая экономические, политические и другие виды отношений. Эта тема преимущественно интересует социологов, хотя и психологи в последние годы все чаще к ней обращаются.

Названные темы, приведенные в качестве примеров проблемы, и вопросы, конечно, никоим образом не исчерпывают предмета современной социальной психологии. Она, естественно, не стоит на месте, а представляет собой динамичную, быстро развивающуюся науку. Ее предмет систематически изменяется, дополняясь новыми проблемами и вопросами, возникающими в нашей динамичной жизни и открываемыми учеными.

Социальная психология — это наука, проблематику которой в основном определяет общество, а не придумывают сами ученые, и как только ситуация в обществе меняется, перед социальными психологами встают новые исследовательские задачи. К примеру, в последние годы в России социально-психологические знания и методы оказались особо востребованными в сфере экономики и политики, в частности в рекламном деле, при организации и проведении выборов. Соответствующая проблематика пока что не вошла в область фундаментальных научных психологических исследований, но в ближайшее время это, наверное, произойдет.

Научные и прикладные задачи социальной психологии

Под научными задачами (их иногда также называют теоретическими, хотя это не вполне правильно, так как наука только к теории не сводится) социальной психологии понимают задачи, связанные прежде всего с разработкой и обоснованием теорий, объясняющих перечисленные выше группы социально-психологических явлений. В свою очередь, теоретические задачи, если их рассматривать отдельно, включают в себя решение следующих частных вопросов, характерных для современной науки в целом и социальной психологии в частности:

- 1) поиск и нахождение точных определений изучаемых явлений;
- 2) классификация этих явлений с уточнением специфики тех из них, которые включаются в ту или иную классификационную группу;
- 3) научное объяснение природы соответствующих явлений;
- 4) изучение происхождения (генезиса) соответствующих явлений;
- 5) исследование динамики этих явлений (их формирования и изменения в процессе развития);
- 6) выяснение связей, существующих между различными социально-психологическими и другими, психологическими и не психологическими, явлениями.

Точные определения изучаемых в социальной психологии явлений необходимы, как и в любой другой науке, но, к сожалению, не всегда возможны по следующим причинам:

- во-первых, это определяется статусом психологии как гуманитарной, а не естественной (то есть по своей природе не точной) науки¹;
- во-вторых, большинство явлений, изучаемых в социальной психологии, сложны и их суть трудно полностью выразить в единственном предложении или кратком определении;
- в-третьих, среди самих ученых не существует установки на поиск и признание единственно правильного определения того или иного явления. Каждый считает вправе предложить свое определение, если определение, предложенное другими, его почему-то не устраивает;

¹ Точными принято называть науки, существование и разработка которых без современной математики невозможны. Это, к примеру, физика, химия, механика и технические науки. Другие науки, где математические знания применяются лишь эпизодически, к группе точных наук не относятся. Таковой является и психология.

- в-четвертых, отсутствуют общепринятые критерии правильности или неправильности того или иного определения, помимо, разумеется, чисто формальных (не содержательных) логических требований. Г. М. Андреева, обсуждая эту проблему, справедливо пишет о том, что строгие физические требования операционализации и верификации с трудом применимы, если применимы вообще, к понятиям, используемым в социальной психологии.

По указанным выше причинам многие социально-психологические феномены, и в этом легко убедиться из приложенного к учебнику словаря, имеют не одно, а несколько различных определений. Чаще всего эти определения альтернативными не являются и скорее дополняют, чем отрицают друг друга. Они разные потому, что характеризуют представленное в них явление с различных сторон.

Примерно так же, как с определением понятий, в социальной психологии обстоит дело с классификацией изучаемых явлений. Точная классификация исследуемых явлений возможна только в точных науках, то есть тогда, когда сами эти явления имеют точные и однозначные научные определения. При построении классификации необходимо исходить из признаков, указываемых в соответствующих определениях. Неточность, приблизительность и многозначность признаков, указываемых в определениях понятий, порождает серьезные трудности, связанные с их классификацией. Поэтому, например, в социальной психологии существуют многие классификации одних и тех же явлений, например классификации малых групп по различным основаниям.

Главная методологическая проблема, связанная с научной классификацией социально-психологических явлений, заключается в том, что не всегда можно выбрать нужное основание, доказать, что именно оно является самым главным, и добиться того, чтобы выделяемые классы явлений между собой не пересекались. Нередко — и это характерно для большинства классификаций социально-психологических явлений — одно и то же явление по разным основаниям попадает сразу в несколько классов. Это не создает особых проблем для научного исследования до тех пор, пока мы находимся в пределах научной теории. Однако как только мы переходим от теории к экспериментальным исследованиям, имеющиеся недостатки в определениях и классификациях явлений неизбежно сказываются на получаемых результатах, делая их спорными и неточными. Поэтому к тем понятиям, которые используются в экспериментальных исследованиях, к классификациям явлений, на которые эти исследования опираются, в социальной психологии предъявляются более строгие научные требования, чем в чисто теоретических рассуждениях.

Когда мы говорим об изучении происхождения тех или иных социально-психологических явлений, то речь идет об исследовании процесса возникновения соответствующего явления, о выяснении порождающих его причин и условий. К примеру, в теориях лидерства ставится и обсуждается вопрос о происхождении лидера и лидерства, то есть об условиях его возникновения в группе и причинах выхода в лидеры того или иного человека. Аналогично ставится и решается вопрос о происхождении тех или иных мотивов социального поведения, например агрессивности.

Непросто в социальной психологии дело обстоит с научным объяснением природы изучаемых в ней явлений.

В о - п е р в ы х, предлагаемые здесь объяснения могут быть как психологическими, так и социальными.

В о - в т о р ы х, они могут выступать как редукционистские (сведение сложных явлений к более простым) или дедукционистские (выведение простых явлений из более сложных), элементарные (объяснение одного явления на основе другого, частного явления) или системные (объяснение явления как порождаемого взаимодействием множества факторов).

В - т р е т ь и х, могут существовать не только теоретические объяснения, даваемые на уровне умственных рассуждений, гипотез или предположений, но и экспериментально проверяемые объяснения (на уровне экспериментально установленных, достоверных, не вызывающих сомнения фактов).

Специфика современного социально-психологического знания такова, что оно допускает все указанные выше виды научных объяснений, но, к сожалению, не предлагает точного критерия: какое из них в том или ином случае следует предпочесть.

Выяснение связей, существующих между различными социально-психологическими и другими явлениями — это теоретическая задача, которая предполагает ориентацию в данной науке на системный подход к изучению социально-психологических явлений. Такой подход соответствует природе социально-психологических явлений, так как они имеют множественные, системные связи с другими социальными и психологическими феноменами.

Среди прикладных задач социальной психологии (их называют практическими, поскольку речь идет об использовании социально-психологических знаний в практике) выделим следующие:

- 1) выявление проблем социально-психологического характера, с которыми люди сталкиваются в их повседневной жизни;
- 2) разработка методов диагностики этих проблем;

- 3) создание и апробация методов социально-психологического воздействия;
- 4) поиск, обоснование и разработка способов практического решения соответствующих проблем;
- 5) квалифицированная оценка успешности решения соответствующих проблем;
- 6) подготовка практических социальных психологов (психологов, работающих в социальной сфере) в высших учебных заведениях;
- 7) взаимодействие социальных психологов с другими специалистами в решении практических проблем.

Хотя популярность социальной психологии и повышенный интерес к ней в современном мире вызваны тем, что предмет исследования здесь соответствует многим проблемам, с которыми люди реально сталкиваются в своей жизни, задача целенаправленного выявления этих проблем с самих социальных психологов не снимается. Это связано с тем, что пользователи социально-психологических услуг — это в основном непрофессионалы. Они зачастую не видят проблем там, где они на самом деле имеются, или, напротив, придумывают такие проблемы, которые не существуют. В качестве примера можно сослаться на следующий общеизвестный факт: у всех людей, несомненно, имеются психологические барьеры в общении или недостатки в развитии коммуникативной компетентности, но далеко не все они это осознают и соответственно изъявляют желание решать такие проблемы с помощью социальных психологов. Выявление и классификация данных проблем необходимы по двум причинам:

- во-первых, это откроет реальные перспективы для новых фундаментальных и прикладных исследований в социальной психологии;
- во-вторых, позволит максимально полно и эффективно использовать в практике уже имеющиеся социально-психологические знания.

Разработка методов психодиагностики социально-психологических проблем необходима для того, чтобы решать следующие практические задачи (и соответственно не допускать связанных с ними ошибок):

- 1) не искать проблему там, где ее на самом деле нет;
- 2) не упускать проблему в том случае, если она существует;
- 3) ставить правильный диагноз имеющейся проблемы.

Приведем примеры практических ошибок всех трех обозначенных выше типов.

Иллюстрацией ошибки первого типа является случай, когда к социальному психологу с просьбой включить его в терапевтическую

группу (например, в группу социально-психологического тренинга) обращается человек, который или сознательно придумал, или бессознательно приписал себе проблему, которой на самом деле нет. В его мотивации участия в работе психотерапевтической группы может доминировать любопытство или мотив участия «на всякий случай» (он где-то от кого-то слышал, что это, вообще говоря, полезно всем).

Примером ошибки второго типа выступает тот случай, когда к практическому психологу обращается клиент, у которого обнаруживается какая-либо проблема, и они совместно начинают работать над ней, предполагая, что эта проблема единственная. На самом деле у данного человека может оказаться целый комплекс взаимосвязанных друг с другом проблем социально-психологического характера, которые требуют совместного решения. Акцентирование в данном случае внимания только на одной из этих проблем может не принести клиенту пользы.

Ошибка третьего типа в работе практического социального психолога возникает, к сожалению, довольно часто по причине недостаточной валидности многих применяемых в социальной психологии психодиагностических методик.

В вопросе разработки и апробации методов социально-психологического воздействия на людей практическая социальная психология за последние годы достаточно продвинулась вперед. Однако нельзя сказать, что для всех проблем, с которыми люди реально сталкиваются в своей повседневной жизни, у социальных психологов имеются удовлетворительные решения на уровне конкретных и эффективных способов работы. Здесь реальная жизнь нередко опережает профессиональную практику. К примеру, уже несколько лет многие жители России, работающие в госучреждениях социальной сферы (учителя, врачи, работники культуры и другие), испытывают большие трудности в адаптации к быстро меняющимся социальным, экономическим и другим условиям жизни. Однако психологи мало чем могут им в этом деле помочь, поскольку в социальной психологии не хватает соответствующих «инструментов» для эффективной работы с подобного рода человеческими проблемами. То же самое касается и многих социально-психологических проблем, возникающих в современной семье.

Как и другие фундаментальные психологические науки, социальная психология «страдает» общим для них недостатком: «чистые» научные знания, в которых прежде всего заинтересованы ученые, не всегда полезны для практики. Поэтому задача поиска, научного обоснования и разработки способов решения практических социально-психологических проблем людей была и остается актуальной для современной социальной психологии. В качестве примера можно сослаться на практику ис-

пользования многочисленных тренингов или видов групповой психотерапии для решения человеческих социальных и психологических проблем. Почти все виды тренингов возникли и разрабатывались вне официальной науки. Их разработчики или вообще были далеки от социальной психологии как науки, или же сознательно игнорировали ее, ошибочно полагая, что наука ничего полезного не в состоянии дать для практики. В результате разработка большинства этих методов оказалась в своеобразном «теоретическом и методологическом тупике», а практика их применения даже породила серьезные сомнения в их эффективности.

Возьмем в качестве примера популярное среди психологов-практиков нейролингвистическое программирование. Нет сомнения в том, что эта методика может дать и, наверное, реально дает практически полезные результаты в плане решения некоторых социально-психологических проблем, с которыми люди в повседневной жизни сталкиваются. Однако теоретическое обоснование данной методики, предлагаемое ее авторами, с точки зрения науки не выдерживает критики.

Отсутствие научно обоснованной теории не позволяет совершенствовать эту методику далее, и ее разработчики продвигаются вперед лишь на основе здравого смысла, облекая порой его в наукообразную терминологию. Как-то один известный психолог, критикуя здравый смысл как возможное подспорье в науке и практике, мудро заметил: «У здравого смысла хороший нюх, но старческие зубы». Действительно, отсутствие серьезного научно-теоретического обоснования многих пришедших к нам из-за рубежа методик не позволяет проверить их практическую эффективность. Их пользователям остается лишь платить немалые деньги «тренерам» и полагаться на собственные ощущения или верить на слово тем, кто их убеждает в том, что подобные методики действительно дают полезные результаты. Задача точной оценки успешности практического решения социально-психологических проблем относится почти ко всем методам практической социальной психологии и, несомненно, требует своего решения. Это решение, в принципе, возможно, поскольку в научной психологии психодиагностика давно уже выделилась и сложилась как наука.

В нашей стране уже несколько десятков лет существуют психологические службы в различных областях деятельности. Вакантные места в этих службах, как правило, занимают профессиональные психологи, окончившие высшие учебные заведения. Во многих учебных заведениях их готовят по стандартным университетским программам, а эти программы в основном рассчитаны на подготовку ученых и преподавателей психологии. В дипломах выпускников факультетов психологии так и написано: «психолог, преподаватель психологии». Здесь первое

слово характеризует психолога как специалиста так называемого широкого профиля — того, кто может работать практическим психологом, а не только вести научные исследования или преподавать психологию.

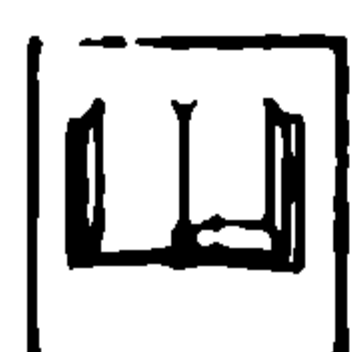
Между тем ни для кого не секрет, что выпускники вузов зачастую не полностью готовы именно к практической, социально-психологической работе. Есть немало причин, в том числе объективных и уважительных, которые объясняют такое положение дел. Их наличие и признание, однако, не снимает вопроса о необходимости целенаправленной подготовки в высших учебных заведениях в первую очередь именно практических социальных психологов, а не «универсальных» психологов широкого профиля.

Проблемы социально-психологического характера сравнительно редко возникают у людей изолированно от других их жизненных проблем. Поэтому, оказывая практическую помощь людям, социальному психологу приходится взаимодействовать со специалистами разных профилей, например со служащими госучреждений, социальными работниками, педагогами, юристами и врачами. Это требует от практического социального психолога соответствующей подготовки, отличающейся от профессиональной подготовки психолога-исследователя или преподавателя психологии. Будущего практического социального психолога необходимо специально учить взаимодействию с другими специалистами в решении конкретных проблем людей.

? Контрольные вопросы

1. Как определяется предмет исследования в современной социальной психологии?
2. Какие группы явлений изучает социальная психология?
3. Какие явления характеризуют общение и взаимодействие людей?
4. Что представляют собой феномены, относящиеся к малым социальным группам?
5. Какие вопросы ставят и решают социальные психологи, изучая взаимодействие и взаимовлияние индивида и группы?
6. Что такое массовидные явления психики — феномены, возникающие в больших социальных группах?
7. Под каким углом зрения социальных психологов интересуют межличностные отношения людей?
8. Что называют социальным поведением людей, почему оно входит в предмет социальной психологии?
9. Что интересует социальных психологов при исследовании восприятия и понимания людьми друг друга?

10. Каковы основные социально-психологические проблемы, связанные с изучением социальных установок?
11. Каким образом социальные психологи изучают руководство и лидерство?
12. Что является предметом исследования в разделе социальной психологии, посвященном межгрупповым отношениям?
13. Чем объясняется динамичность определений предмета современной социальной психологии?
14. Что представляют собой основные научные задачи современной социальной психологии?
15. В чем состоит специфика прикладных проблем и задач современной социальной психологии?
16. По каким причинам основные прикладные задачи социальной психологии пока нельзя считать удовлетворительно решенными?



Литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология. — М., 2006. — С. 10–27.
2. Андреева Г. М., Богомолова Н. Н., Петровская Л. А. Современная социальная психология на Западе (теоретические ориентации). — М., 2002.
3. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. — СПб., 2004. — С. 33–52.
4. Бехтерев В. М. Коллективная рефлексология // Избранные работы по социальной психологии. — М., 1994.
5. Битянова Н. Р. Социальная психология. — М., 2001. — С. 43–46.
6. Донцов А. И., Емельянова Т. П. Концепция социальных представлений в современной французской психологии. — М., 1987.
7. Майерс Д. Социальная психология. — СПб., 1997. — С. 30–40.
8. Основы социально-психологической теории / Под ред. А. А. Бодалева, А. Н. Сухова. — М., 1995. — С. 13–45.
9. Парыгин Б. Д. Основы социально-психологической теории. — М., 1971. — С. 26–51.
10. Социальная психология / Под ред. А. Н. Сухова, А. А. Деркача. — М., 2002. — С. 8–24.
11. Шихирев П. Н. Современная социальная психология. — М., 2000. — С. 26–39, 181–199, 355–391.
12. Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Агрессия. — СПб., 2002. — С. 221–229.

Глава 3

Методы социальной психологии



Краткое содержание

Общая характеристика методов современной социальной психологии. Влияние происхождения и истории социальной психологии на специфику используемых в ней методов. Ситуация, сложившаяся в методологии психологии в целом в то время, когда возникла и стала разрабатываться социальная психология. Заимствование в социальной психологии многих методов исследования из общей психологии и социологии. Необходимость разработки собственных, в том числе экспериментальных и практических, методов исследования.

Классификация социально-психологических методов. Исследовательские методы и методы социально-психологического воздействия. Теоретические и эмпирические методы исследования. Обзорно-аналитический, критический и конструктивный методы исследования. Общая классификация эмпирических методов исследования. Специфика наблюдения, опроса, тестов и экспериментов, применяемых в социальной психологии. Виды наблюдения в социальной психологии. Разновидности социально-психологического опроса. Особенности устного, письменного, свободного, стандартизированного, открытого, закрытого и анкетного опросов. Метод содержательного анализа документов (контент-анализ).

Методы социально-психологического воздействия. Основные сферы применения практических социально-психологических методов. Особенности методов воздействия, используемых в политической и экономической рекламе, их научные основания. Брейнсторминг как метод оптимальной организации групповой дискуссии, сфера его практического применения. Процедуры модификации поведения по Б. Скиннеру. Техника «промывания мозгов». Основные разновидности социально-психологического тренинга. Цели и задачи тренинга ассертивности. Особенности работы Т-групп. Специфика групп встреч (групп тренинга сенситивности). Цели и задачи гештальтгрупп. Психодрама, ее содержание и применение в практике. Специфика групп телесной психотерапии. Нейролингвистическое программирование как метод практического социально-психологического воздействия.

Общая характеристика методов современной социальной психологии

Социальная психология как психология в целом долгое время существовала и развивалась главным образом как рассуждающая, теоретическая наука. Когда в социальной психологии стали организовывать и проводить эксперименты, общая психология уже более тридцати лет существовала и развивалась как экспериментальная наука. Здесь использовались разнообразные методы опытных научных исследований, такие как наблюдение, опрос, тесты, экспериментальные и математические методы. Они стали применяться и в экспериментальной социальной психологии с учетом специфики изучаемых в ней явлений. Естественно, что для социальной психологии необходимо было разработать новые тесты и по-другому организовать и проводить эксперименты. Если в общей психологии изучались отдельно взятые люди, то в социальной психологии объектом исследования стали социальные группы. Если в общей психологии выявлялись и описывались феномены, характеризующие индивида (личность), то в социальной психологии — феномены, относящиеся к межиндивидуальным (межличностным) связям и отношениям. Акцент в общей психологии ставился на лабораторный эксперимент, а естественные и полевые экспериментальные исследования здесь почти не проводились. В социальной психологии, напротив, в центре внимания оказались именно полевые и естественные, а не лабораторные эксперименты.

Кроме того, на совокупность методов исследования, применяемых в социальной психологии, оказало влияние и специфическое положение данной науки между психологией и социологией. В ней стали гораздо шире, чем в других психологических науках, использоваться методы, заимствованные из социологии. Это, прежде всего, интервьюирование, анкетирование и контент-анализ.

В конечном счете оказалось, что методов, заимствованных из других наук, включая и модифицированных, недостаточно для проведения полномасштабных социально-психологических исследований. Это побудило ученых к созданию и разработке собственных методов исследования, которые не используются ни в социологии, ни в других психологических науках. Среди них, например, оказались аппаратные методы, предназначенные для изучения взаимодействий и взаимоотношений в малых группах, стандартизированные методы наблюдения за групповой деятельностью.

Многие социальные психологи, особенно в нашей стране, стали создавать специальные приборы для проведения групповых экспериментальных исследований. В качестве примера можно назвать ряд приборов,

сконструированных А. С. Чернышевым, Л. И. Уманским и другими представителями отечественной школы социально-психологического изучения коллектива, сложившейся в последней четверти XX века.

В конечном счете методы исследования, используемые в современной социальной психологии, оказались весьма разнообразными: теоретические, опытные и экспериментальные. Они, кроме того, имели несколько первоисточников: общую психологию, социологию и собственно социальную психологию. Вместе взятые, они отражают особое положение, занимаемое социальной психологией среди других наук, а также специфику тех проблем, которые в ней изучаются.

Следует также иметь в виду, что социальная психология — это не только наука, но и разнообразная практика. Поэтому в ней используется большое количество методов практического воздействия на людей, социальные группы и массовидные явления психики. Хотя это не исследовательские методы, однако без их представления и обсуждения картина методов, применяемых в современной социальной психологии, будет неполной. Такие практически ориентированные методы часто называют методами социально-психологического воздействия. Они также будут кратко обсуждены в конце этой главы.

Классификация социально-психологических методов

Г. М. Андреева предлагает делить все методы социальной психологии на две основные группы: *исследовательские методы* и *методы воздействия*. Исследовательские методы характеризуют социальную психологию как фундаментальную науку, а методы воздействия представляют практическую социальную психологию.

Общая классификация методов, применяемых в социальной психологии, составленная с учетом сделанных в предыдущем параграфе данной главы замечаний, выглядит следующим образом.

Все методы делятся на две основные группы: *теоретические* и *эмпирические*.

Теоретические методы применяются при разработке и обосновании научных теорий. Они являются общими для социальной психологии и других, как психологических, так и непсихологических наук. К таким методам можно отнести:

- обзорно-аналитический;
- критический;
- конструктивный.

Суть *обзорно-аналитического метода* состоит в том, что, пользуясь им, ученый изучает литературу по интересующему его вопросу, проводит обзор и анализ полученных другими учеными данных, имеющих в опубликованной научной литературе, с целью их систематического описания и представления состояния дел в данной области научных знаний. При этом критический анализ сделанного другими учеными им не проводится, и вместо того, что уже сделано, ничего нового не предлагается, за исключением, возможно, новой классификации уже известных явлений.

Критический метод проявляется в том, что сделанное в науке подвергается критическому анализу с целью выявления недостатков, имеющих в проведенных исследованиях. Итогом критического анализа становится аргументированный перечень замечаний к проведенным исследованиям, к установленным в них фактам (закономерностям) и их общая критическая оценка.

Конструктивный метод заключается в том, что сам ученый предлагает новое решение какой-либо проблемы и его теоретическое и/или экспериментальное обоснование.

К **эмпирическим методам**, используемым в социальной психологии, относятся следующие:

- 1) методы наблюдения;
- 2) методы опроса;
- 3) методы анализа документов и продуктов деятельности отдельно взятого человека или социальных групп;
- 4) экспериментальные методы;
- 5) математические методы.

Кратко охарактеризуем некоторые из них.

Суть **методов наблюдения** состоит в том, что при их использовании основную информацию об изучаемом явлении исследователь получает путем наблюдения за ним. К этой группе методов относятся:

- открытое наблюдение;
- скрытое наблюдение;
- свободное наблюдение;
- стандартизированное наблюдение;
- стороннее наблюдение (наблюдение со стороны, или внешнее наблюдение);
- включенное наблюдение.

Специфика *открытого наблюдения* заключается в том, что, пользуясь им, исследователь ведет свое наблюдение не скрывая, открыто

(явно), а людям, поведение и взаимоотношения которых подвергаются анализу, как правило, известно, что за ними наблюдают. Так, например, можно вести наблюдение за общающимися друг с другом людьми, за группой людей в процессе их совместной работы, за поведением людей в толпе.

Особенность *скрытого наблюдения* состоит в том, что люди, поведение которых исследуется, не знают о том, что за ними наблюдают. Так, например, можно организовать и провести скрытое наблюдение в социально-психологических исследованиях поведения детей, которые в условиях непосредственного наблюдения за ними могут вести себя не вполне естественно и скованно. Однако применение данного метода в отношении взрослых людей имеет определенные этические и правовые ограничения. В большинстве случаев такое наблюдение можно вести только при добровольном согласии на это испытуемых.

Стандартизированное наблюдение предполагает заранее продуманный план или программу наблюдения, в которой четко определено, что наблюдать, как наблюдать, как записывать, как обрабатывать и интерпретировать результаты наблюдения.

Примером стандартизированного наблюдения, применяемого для изучения малых групп, является *метод системы категорий* (метод категориальной системы), предложенный американским социальным психологом Р. Бейлзом. Его основу составляет следующая система из 12 категорий, в соответствии с которой в ходе наблюдения фиксируется и описывается поведение членов группы:

- 1) проявляет солидарность;
- 2) снимает напряжение;
- 3) выражает согласие;
- 4) высказывает предложение;
- 5) выражает мнение;
- 6) ориентирует других;
- 7) просит проинформировать;
- 8) просит высказать мнение;
- 9) просит высказать предложение;
- 10) выражает несогласие;
- 11) создает напряжение;
- 12) проявляет антагонизм.

Свободным называется такое наблюдение, при проведении которого не существует заранее продуманной программы или схемы. В данном случае все вопросы, связанные с организацией и проведением наблюдения, свободно и произвольно решаются наблюдателем в ходе проведения эксперимента.

Сторонним (наблюдением со стороны, или внешним наблюдением) называют такое наблюдение, при котором сам исследователь не участвует в процессе, за которым ведется наблюдение. Он следит за происходящим со стороны.

Включенным называют такое наблюдение, при котором наблюдатель лично участвует в том процессе, за ходом которого он следит. Этот метод используется в тех случаях, когда наблюдать со стороны за происходящим невозможно (например, в закрытых от посторонних людей социальных группах), или когда стороннее наблюдение изменяет само созерцаемое явление.

Методами опроса называют такие способы, при которых основную информацию об изучаемых явлениях получают в результате опроса людей или анализа их ответов на задаваемые устные или письменные вопросы. В социальной психологии чаще всего используются следующие разновидности опроса:

- устный опрос;
- письменный опрос;
- свободный опрос;
- стандартизированный опрос;
- открытый опрос;
- закрытый опрос;
- анкетный опрос.

При *устном опросе* вопросы и ответы на них получают в устной форме.

При *письменном опросе* то же самое делается в письменной форме.

Имеются и комбинированные варианты применения данного метода, когда, например, вопросы или ответы на них задают и получают в различных формах, устной и письменной одновременно.

Свободный и стандартизированный опросы мало чем отличаются от свободного и стандартизированного наблюдения, за исключением того, что материалом для анализа в данном случае становятся ответы людей на задаваемые им вопросы.

Открытым называют опрос, при котором опрашиваемые могут давать любые ответы на задаваемые им вопросы, причем ни форма ответа, ни время, затрачиваемое на него, не регламентируются.

Закрытый — это опрос, при котором имеются стандартные, заранее установленные возможные ответы на задаваемые вопросы, а испытуемые только выбирают один из них. К примеру, на каждый из вопросов испытуемому может быть предложено ответить одним из следующих вариантов: «да», «нет» или «не знаю».

Анкетным называют опрос, при котором, помимо прямых ответов на задаваемые вопросы, касающиеся изучаемой проблемы, от испытуемого требуется сообщить некоторые социально-демографические сведения о себе, например профессию, возраст, пол и другие. Такие сведения получают из ответов на дополнительные вопросы, содержащиеся в анкете.

Методами анализа документов или продуктов человеческой деятельности называют способы изучения текстов (документов), относящихся к людям или к группам людей. Имеются в виду тексты или документы, составленные ими самими или содержащие сведения о них. Предполагается, что через такие документы можно раскрыть социальную психологию соответствующих людей или социальных групп.

Контент-анализ — это метод специального, целенаправленного, стандартизированного и содержательного изучения текстов (документов), в процессе которого выделяются и оцениваются признаки, характеризующие психологию того, кто создал данный текст (документ), или того, кто в нем упоминается. В ходе контент-анализа в тексте (документе) выделяются аналитические, значимые «единицы» — слова, фразы или предложения, несущие в себе определенную информацию об изучаемом человеке или социальной группе. Затем подсчитывается количество таких единиц в исследуемом тексте (документе) и предлагается соответствующая социально-психологическая интерпретация.

Экспериментальные методы — это методы, которые предполагают организацию или использование необычной (экспериментальной) ситуации для исследования социально-психологических явлений. Данная ситуация может быть создана в лаборатории, и тогда эксперимент называется «лабораторный». Она может сложиться сама по себе в реальной жизни, и в этом случае эксперимент носит название «естественный». Наконец, психолог может сам создать необычную ситуацию в реальной жизни. И в этом случае эксперимент будет называться «полевой». Наиболее достоверные, соответствующие реальной действительности знания о социально-психологическом явлении можно получить в естественных или полевых экспериментах.

Математические методы исследования — это такие методы, которые позволяют представлять изучаемые в социальной психологии явления в численной форме или производить соответствующие количественные (математические) расчеты. Эти методы являются общими и для всех областей психологии и делятся на две основные группы:

- 1) методы математической статистики;
- 2) методы математического моделирования.

С помощью *методов математической статистики* производится количественная обработка данных, получаемых в ходе исследования,

с целью обнаружения имеющихся в них математических связей и закономерностей.

Посредством *методов математического моделирования* явления, изучаемые в социальной психологии, представляются в виде математических моделей — формул и выражений.

Методы социально-психологического воздействия

К методам социально-психологического воздействия относятся те методы, посредством которых оказывается воздействие на психологию и социальное поведение отдельных людей или групп. Это, прежде всего, методы, применяемые в средствах массовой коммуникации, в процессе организации и проведения публичных выступлений, в рекламе, пропаганде, агитации, в промышленности, индивидуальной и групповой психотерапии. В современной социальной психологии предлагается их классификация и дается научное обоснование.

В средствах массовой коммуникации, в практике организации и проведении публичных выступлений, рекламе, пропаганде, агитации применяются методы, связанные с формированием и изменением социальных установок людей. Они опираются на общую теорию массовых коммуникаций и социальных установок и связаны с научными представлениями о том, что такое средства массовой коммуникации и как они влияют на психологию и поведение людей, на их социальные установки.

Известно, что эффективность воздействия средств массовой коммуникации на социальные установки людей зависит от восприятия источника информации, отношения людей к нему, от содержания и последовательности передачи и получения людьми информации, от особенностей аудитории, которой эта информация адресована. Соответственно и методы воздействия, реализуемые через средства массовой информации, должны учитывать все эти моменты, быть рассчитаны на их умелое и активное использование.

В политической пропаганде и коммерческой рекламе применяются те же самые методы воздействия, а также способы воздействия, специфические для данных видов деятельности. Так, например, в практике организации и проведения политической рекламы применяют методы, основанные на знании психологии восприятия и понимания людьми друг друга (процедуры формирования образа политика — имиджмейкерство); в коммерческой рекламе используются методы внушения и убеждения людей, их побуждения к покупке, приобретению того или иного товара.

В промышленности применяются методы практического социально-психологического воздействия, включающие в себя оптимальную

организацию совместной работы людей, групповых дискуссий, в частности — технику *брейнсторминга*. Она представляет собой метод организации совместной творческой работы людей, рассчитанный на повышение их умственной активности и нахождение оптимальных решений сложных производственных вопросов (подробнее о технике брейнсторминга см. в части II, главе 7).

Широкое применение в практике нашли методы индивидуальной и групповой психотерапии (психокоррекции). Среди них можно назвать различные способы модификации поведения (поведенческая психотерапия), «промывание мозгов», а также разнообразные способы групповой работы, к которым относят разновидности социально-психологического тренинга, включая тренинг ассертивности, Т-группы, группы встреч, гештальтгруппы, психодраму, группы телесной психотерапии и многие другие.

Модификация поведения — это, в общем случае, процесс целенаправленного изменения поведения человека с использованием социально-психологических методов воздействия.

Термин «модификация поведения» был введен в научный оборот представителем неонеобихевиоризма (социального бихевиоризма) Б. Ф. Скиннером. В созданной им теории и на практике словосочетание «модификация поведения» означало целенаправленное изменение поведения человека или группы людей при помощи системы специально организованных тренировок (обучающих упражнений) и соответствующих подкреплений. Положительные подкрепления в методике модификации поведения даются за совершение человеком социально приемлемых, желательных, формируемых у индивида действий. Социально неприемлемые, нежелательные формы поведения соответственно игнорируются и не наказываются или же получают отрицательные социальные подкрепления.

Термин «модификация поведения» используется и в учении другого ученого, представителя той же бихевиористской школы А. Бандуры, в его социально-когнитивной теории.

Здесь модификация поведения означает изменение поведения людей или социальных групп из-за воздействия не только на поведение как таковое, но и на когнитивные процессы. Главным средством модификации поведения, по А. Бандуре, является моделирование, то есть создание желательных для человека или социальной группы моделей поведения значимыми для них людьми — теми, которых он (группа) уважает и которым он (они) стремится подражать.

В настоящее время практика модификации поведения широко применяется в самых разных сферах деятельности человека: в образовании, медицине, бизнесе, политике, рекламе и других.

Словосочетание «промывание мозгов» в метафорическом смысле слова означает попытку целенаправленного, систематического воздействия властей на зависящих от них людей, рассчитанную на изменение их убеждений, социальных установок, взглядов и оценок. Термин «промывание мозгов» вначале использовался для характеристики чисто пропагандистских воздействий, которым в свое время подвергались в коммунистическом Китае американские военнопленные с целью изменения их психологии и поведения в пользу коммунистической (некапиталистической) идеологии. Затем это понятие вошло в обиход и стало применяться для обозначения любых пропагандистских и агитационных воздействий идеологического или политического характера.

Тренинг ассертивности — это общее название нескольких психотерапевтических методик, которые используются в работе со специфическими психологическими или поведенческими нарушениями. Общим моментом, объединяющим все эти нарушения, является отсутствие у людей так называемой ассертивности — самостоятельности, независимости, уверенности в себе и т. п. Цель тренинга ассертивности заключается в том, чтобы научить людей открыто и уверенно заявлять о себе, утверждать себя как личность, отстаивать свои права и интересы в системе социальных и межличностных отношений.

Основные цели *Т-групп* следующие:

- познание и принятие человеком себя и других людей такими, какие они есть;
- осознание собственных психологических проблем и проблем, существующих у других людей;
- повышение искренности и открытости в общении с людьми;
- снижение психологических барьеров (барьеров психологической защиты);
- совершенствование коммуникативных умений и навыков.

В таких группах создаются ситуации, позволяющие участникам изучать складывающиеся между ними взаимоотношения, правильно воспринимать и оценивать свое поведение в группе. Предполагается, что это повысит эффективность групповой работы и позволит членам группы устанавливать между собой хорошие личные и деловые взаимоотношения. Практика работы Т-групп была разработана под руководством К. Левина на основе созданной им теории малых группы. Первоначально эти группы были рассчитаны на анализ группового взаимодействия с целью улучшения результатов групповой работы и познания участниками группы друг друга. Затем Т-группы стали широко применяться и в психотерапевтической и психологической практике.

Группы встречи (группы тренинга сензитивности) представляют собой малые социальные группы, создаваемые в рамках имеющей аналогичное название практики групповой психотерапии. В этих группах внимание участников сосредоточено на интенсивном межличностном взаимодействии (так называемых встречах). Под встречей здесь понимается открытие человеком чего-либо нового в своей психологии и в собственном поведении, в социальном окружении или в психологии и поведении других людей. Цели работы таких групп обычно заключаются в том, чтобы снять психологические барьеры общения и смягчить действие механизмов психологической защиты, достичь необходимой степени доверия и открытости в межличностном общении, искренности и желания устранить трудности общения с людьми. Теорию и практику работы групп встречи разработали американские психологи Я. Морено и У. Шутц. С групп встречи началось «движение по освобождению человеческого потенциала».

Гештальтгруппы — психотерапевтические группы, создаваемые и используемые в практике гештальттерапии. Работа здесь основана на признании того, что большинство проблем психологического и поведенческого характера, возникающих у человека, связано не столько с его прошлой жизнью, сколько с неумением ориентироваться и адаптироваться в настоящем. Метод гештальттерапии предложил и разработал врач-психиатр и психоаналитик Ф. Перлз. Психолог или психотерапевт, пользующийся этим методом, проводит глубокую индивидуальную работу с одним из членов группы на глазах у остальных ее участников, но в данном процессе принимают участие и другие члены группы. Задача гештальттерапии, как ее формулировал сам создатель метода, заключается в том, чтобы выработать у людей «правильные гештальты», то есть верное восприятие себя, окружающих людей, обстановки и человеческих взаимоотношений.

Группы психодрамы — это психотерапевтические или психокоррекционные группы, основу которых составляет организуемый и проводимый в группе людей, нуждающихся в психиатрической или психологической помощи, импровизированный психодраматический спектакль (его также называют психодрамой). В ходе такого спектакля разыгрывается какая-либо реальная жизненная ситуация (драма клиента) с акцентом на выявлении и разрешении тех психологических проблем, с которыми этот человек в своей жизни столкнулся. Сюжет для психодрамы предлагает обычно кто-либо из членов группы, взяв его из своей реальной жизни (данного человека в психодраме называют *протагонистом*). Этот человек исполняет главную роль в разыгрываемом далее психодраматическом спектакле. Роли распределяются меж-

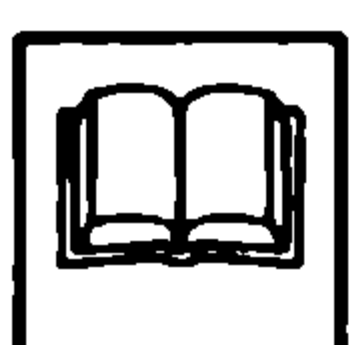
ду остальными участниками в соответствии с их психологическим или поведенческим сходством с людьми, составляющими социальное окружение протагониста — теми, во взаимоотношениях с которыми он испытывает трудности. После окончания импровизированного психодраматического спектакля производится групповой анализ того, что в нем происходило, намечаются практические пути решения проблемы протагониста и аналогичных проблем других участников группы. Данная техника была создана американским психологом, социологом и врачом-психиатром Я. Морено.

Группы телесной терапии — это психокоррекционные или психотерапевтические группы, создаваемые и используемые в практике применения методов телесной терапии. В таких группах психологические и поведенческие проблемы человека связываются с состояниями его тела и решаются путем целенаправленного воздействия на физическое состояние и физиологические процессы, происходящие в организме человека. Это делается с надеждой на то, что через соответствующие процессы и состояния можно будет положительно повлиять на психологию и поведение человека (предположение на самом деле спорное, не имеющее убедительных научных доказательств). Соответствующая практика создана на основе биоэнергетических концепций А. Лоуэна и В. Райха, доказывающих существование связей между телесным состоянием человека и его психологическими свойствами.

? Контрольные вопросы

1. Какое влияние история и происхождение социальной психологии оказали на специфику используемых в ней методов исследования?
2. Каким образом на методы исследования в социальной психологии повлияли общепсихологические методы?
3. Какие методы исследования в социальной психологии были заимствованы из социологии?
4. Что вызвало необходимость разработки социальными психологами собственных методов исследования?
5. Что такое исследовательские методы и методы воздействия?
6. Почему в перечень социально-психологических методов необходимо включать и методы воздействия?
7. Что представляют собой теоретические и эмпирические методы исследования?
8. Какие методы исследования называют обзорно-аналитическим, критическим и конструктивным?
9. Каковы методы эмпирического исследования в социальной психологии?

10. В чем заключается специфика использования в социальной психологии отдельных методов эмпирического исследования?
11. Каковы особенности применения методов наблюдения?
12. Что представляют собой опросные методы исследования?
13. В чем заключается специфика устного, письменного, свободного, стандартизированного, открытого, закрытого и анкетного опросов?
14. Какова практика применения метода анализа документов (контент-анализа) в социальной психологии?
15. Каковы основные сферы применения социально-психологических методов в практике?
16. Что представляют собой методы воздействия, используемые в политической и экономической рекламе?
17. Каковы научные основания методов психологического воздействия, применяемых в политике и экономике?
18. Что представляет собой брейнсторминг, где и как он используется?
19. Что такое процедуры модификации поведения по Б. Скиннеру, какова сфера их практического применения?
20. Что называют техникой «промывания мозгов»?
21. Каковы разновидности социально-психологического тренинга?
22. Как формулируются цели и задачи тренинга ассертивности?
23. В чем заключаются особенности работы Т-групп?
24. Какие группы называют группами встречи (группами тренинга сензитивности), каковы их основные цели и задачи?
25. Что такое гештальттерапия, кто ее предложил?
26. Что представляет собой метод психодрамы?
27. В чем заключается специфика работы групп телесной психотерапии?



Литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология. — М., 2006. — С. 47–68.
2. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. — СПб., 2004. — С. 52–79.
3. Битянова Н. Р. Социальная психология. — М., 2001. — С. 46–54.
4. Богомолова Н. Н., Стефаненко Т. Г. Контент-анализ. — М., 1992.
5. Введение в практическую социальную психологию / Под ред. Ю. М. Жукова, Л. А. Петровской, О. В. Соловьевой. — М., 1997. — С. 230–365.
6. Жуков Ю. М., Гржегоржевская И. А. Эксперимент в социальной психологии: проблемы и перспективы // Методология и методы социальной психологии. — М., 1977.
7. Кемпбелл Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях. — М., 1980.

8. *Лабунская В. А., Менджерицкая Ю. А., Бреус Е. Д.* Психология затрудненного общения. — М., 2001. — С. 98–115, 148–152, 192–204.
9. *Майерс Д.* Социальная психология. — СПб., 1997. — С. 46–62.
10. Методики социально-психологического исследования личности и малых групп. — М., 1995.
11. *Свенцицкий А. А., Семенов В. Е.* Социально-психологическое исследование // Методы социальной психологии. — Л., 1977.
12. Социальная психология / Под ред. А. Н. Сухова, А. А. Деркача. — М., 2002. — С. 342–453.
13. Социальная психология. Практикум / Под ред. Т. В. Фоломеевой. — М., 2006. — С. 10–198.
14. *Чернышев А. С., Лунев Ю. А., Сарычев С. В.* Аппаратурные методики психологической диагностики группы в совместной деятельности. — М., 2005. — С. 9–55.

Часть II
ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ,
СОЦИАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ
И ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ
ОТНОШЕНИЙ

Глава 4

Психология общения и социального поведения



Краткое содержание

Понятие, структура и виды общения. Предметная деятельность и общение — важнейшие формы социальной активности человека. Содержание, цели и средства общения. Отличие общения людей от общения животных. Структура общения. Коммуникация, интеракция и социальная перцепция как составляющие общения по Г. М. Андреевой. Коммуникатор, содержание сообщения, канал коммуникации, адресат и результат как составляющие общения по Лассуэллу. Виды общения людей. Материальное, когнитивное, кондиционное, мотивационное и деятельностное общение. Деловое, личное, инструментальное и целевое общение. Биологическое и социальное общение. Непосредственное и опосредствованное, прямое и косвенное общение. Вербальное, невербальное и проксемальное общение. Понятие и разновидности проксемальных зон общения. Техника и приемы общения. Выбор и использование техники общения. Понятие обратной связи, ее роль в общении. Коммуникативные способности и факторы, определяющие уровень их развития.

Роль общения в психическом развитии человека. Общение и развитие человека. Психологические свойства и формы поведения, приобретаемые человеком в процессе общения. Роль различных видов общения в психическом развитии человека.

Развитие общения. Основные направления развития общения. Изменение содержания общения, его целей и средств. Особенности развития общения животных и человека. Этапы онтогенеза общения человека.

Социальное поведение. Понятие социального поведения, его виды. Массовое поведение. Групповое поведение. Полоролевое поведение. Просоциальное и помогающее поведение. Конкурентное поведение. Поведение по типу А и по типу Б. Послушное поведение. Проблемное, противоправное и девиантное поведение. Материнское поведение и поведение типа привязанности. Поведение, направленное на достижение успехов и избегание неудач. Поведение, выражающееся в стремлении человека к людям и избегании людей. Поведение, ориентированное на получение власти и подчинение людям. Уверенное и беспомощное поведение. Причины повышенного внимания ученых к изучению социального поведения.

Понятие, структура и виды общения

Рассматривая образ жизни человека, мы выделяем в нем две стороны: действия с предметами и взаимодействия с людьми. Действия с предметами, подчиняющиеся их культурному назначению, называют предметной деятельностью, взаимодействия с людьми обозначают как общение.

Общение свойственно не только человеку, но и многим животным. Однако на уровне человека оно приобретает наиболее совершенные формы, становясь культурно обусловленной формой социального взаимодействия, осознанной и опосредствованной языком и речью. Человек, кроме того, отличается от животных наличием у него особой потребности в общении, а также тем, что большую часть своего времени он проводит именно в общении с людьми.

Общение — это сложная форма социальной активности. В нем выделяются следующие аспекты: *содержание, цель и средства*.

Содержание общения — это информация, которая через общение передается от человека к человеку. В ней могут быть сведения о мотивации, эмоциональном или ином состоянии. Один человек, например, с помощью общения может передавать другому информацию об имеющихся у него потребностях. Через общение от человека к человеку могут передаваться данные, свидетельствующие об удовлетворенности и других эмоциях: радости, гневе, печали, страдании и т. п., — ориентированные на то, чтобы определенным образом настроить собеседника, вызвать с его стороны определенные действия. По отношению к разгневанному или страдающему человеку мы ведем себя иначе, чем по отношению к тому, кто настроен благожелательно и испытывает чувство радости.

Содержанием общения может стать информация о состоянии внешней среды, передаваемая от одного живого существа к другому, например сигналы об опасности или о присутствии положительных, биологически значимых факторов, скажем пищи. У человека содержание общения значительно шире, чем у животных. Животные вступают в общение друг с другом только в связи с удовлетворением их органических потребностей или инстинктов. Люди, общаясь, обмениваются друг с другом информацией, представляющей знания о мире, приобретенный опыт, способности, умения, навыки, идеи, представления, оценки и т. п.

Цель общения — то, ради чего человек вступает в общение с другими людьми. Целью общения может стать побуждение другого человека к определенным действиям, предупреждение о том, что ему, напротив, необходимо воздержаться от каких-либо действий, передача и получение

ние знаний о мире, обучение и воспитание, согласование действий в совместной деятельности, установление и выяснение личных и деловых взаимоотношений и многое другое. У человека общение представляет собой средство удовлетворения многих потребностей, включая социальные, культурные, познавательные, творческие, эстетические нужды, потребности интеллектуального роста, нравственного развития и многие другие.

Под **средствами общения** понимается то, с помощью чего оно реализуется. Средства общения могут быть естественными и искусственными. Естественными называют средства общения, данные человеку от природы. Это, например, заложенные в генетической программе развития жесты, мимика, звуки голоса и телодвижения. Искусственные — это те способы общения, которые изобрели или придумали сами люди. К ним, например, можно отнести многообразные языки, письменность, технические средства записи, хранения и передачи информации. Отличия средств общения людей от средств общения животных не менее существенны, чем отличия содержания и целей общения человека и содержания и целей общения представителей фауны.

Социальные психологи, изучая общение как процесс, прежде всего выясняют его **структуру**. Структура общения, по Г. М. Андреевой, представляется как *коммуникация, интеракция и социальная перцепция*. Соответственно в структуре общения выделяются *коммуникативная, интерактивная и социально-перцептивная стороны*.

Коммуникативная составляющая общения — это обмен информацией между людьми или та информация, которой в процессе общения они обмениваются друг с другом.

Интерактивная сторона общения включает в себя взаимодействие людей друг с другом. **Социально-перцептивный аспект** общения представляет собой восприятие и познание друг друга общающимися между собой людьми.

Структура общения — коммуникации, по Лассуэллу, выглядит несколько иначе и представляется следующей схемой:

- коммуникатор — человек, который передает сообщение;
- содержание сообщения — то, что передается коммуникатором;
- канал коммуникации — то, как или с помощью чего осуществляется передача сообщения;
- адресат коммуникации — люди или аудитория, которой направляется сообщение;
- результат коммуникации — то, с каким эффектом передано соответствующее сообщение.

Общение в зависимости от его содержания, целей и средств можно разделить на несколько видов. По содержанию оно может быть представлено как *материальное, когнитивное, кондиционное* (от англ. *condition* — «состояние»), *мотивационное* и *деятельностное*. При материальном общении люди, будучи заняты деятельностью, обмениваются ее продуктами. Когнитивное общение — это обмен идеями, знаниями, представлениями, логикой мышления и т. п.

При кондиционном общении люди оказывают влияние друг на друга, рассчитанное на то, чтобы привести друг друга в определенное физическое или психическое состояние, например поднять настроение или, напротив, испортить его, возбудить или успокоить, оказать определенное воздействие на состояние и самочувствие друг друга.

Мотивационное общение имеет своим содержанием передачу друг другу определенных побуждений, целей, интересов, мотивов, потребностей, стимулов, установок. В качестве примера такого общения можно назвать случаи, когда один человек желает добиться того, чтобы у другого человека возникло или пропало некоторое стремление, желание, чтобы у него сформировалась определенная установка к действию, актуализировалась некоторая потребность или мотив.

Иллюстрацией деятельностного общения может служить обмен между людьми действиями, умениями и навыками.

Среди видов общения можно выделить также *деловое* и *личное, инструментальное* и *целевое*. Деловое общение организуется между людьми в связи с выполняемой ими работой или делом, которое их интересует. Такое общение обычно включено как частный момент в какую-либо совместную деятельность, служит средством улучшения результатов этой деятельности. Его содержанием может стать то, чем заняты люди.

В отличие от делового, личное общение сосредоточено вокруг вопросов сугубо личного характера, тех интересов, которые затрагивают личность человека и не имеют прямого отношения к работе.

Инструментальным можно назвать общение, которое не является самоцелью, преследует какую-то иную цель, кроме получения удовлетворения от самого акта общения.

Целевое — это общение, которое само служит средством удовлетворения специфической потребности в общении.

По целям общение делится на *биологическое* и *социальное*.

Биологическое — это общение, необходимое для поддержания, сохранения и развития организма. Оно связано с удовлетворением органических потребностей.

Социальное общение преследует цель расширения и укрепления межличностных контактов, установления и развития интерперсональных отношений, личностного роста индивида.

По средствам общение может быть *непосредственным* и *опосредствованным*, *прямым* или *косвенным*.

Непосредственное общение осуществляется с помощью естественных органов, данных человеку природой: рук, ног, головы, туловища, голосовых связок и т. п.

Опосредствованное общение связано с использованием специальных средств и орудий для обмена информацией. Это или природные предметы (палка, брошенный камень, след на земле и т. д.), или культурные (знаковые системы, записи символов на различных носителях, печать, радио, телевидение и т. п.).

Прямое общение предполагает личные контакты и непосредственное восприятие общающихся друг с другом людей, например прямую беседу людей, когда они видят и непосредственно реагируют на действия друг друга.

Косвенное общение осуществляется через посредников, которыми могут выступать другие люди (например, переговоры между конфликтующими сторонами с помощью арбитра).

Важнейшими видами общения людей являются *вербальное*, *невербальное* и *проксемальное*. Вербальное — это общение с помощью языка и речи.

Невербальное общение не предполагает использования речи или естественного языка в качестве средства общения. Невербальное — это общение при помощи мимики, жестов и пантомимики, через сенсорные или телесные контакты. Это также тактильные, зрительные, слуховые, обонятельные и другие ощущения и образы, получаемые от другого лица и несущие в себе определенную информацию. Большинство невербальных форм и средств общения человека являются врожденными и позволяют ему взаимодействовать, добиваясь взаимопонимания не только с себе подобными, но и с другими живыми существами. Многим из высших животных, в том числе собакам, обезьянам и дельфинам, от природы дана возможность невербального общения и между собой, и с человеком.

Вербальное общение присуще только человеку и в качестве обязательного условия предполагает знание языка и использование звуков. По своим коммуникативным возможностям оно гораздо богаче всех других видов и форм общения, в том числе невербального, хотя не в состоянии полностью его заменить. Да и само развитие вербального общения первоначально опирается на невербальные средства коммуникации.

Проксемальным называют общение, которое осуществляется через особое расположение людей в пространстве относительно друг друга.

Так, например, Э. Холл заметил, что расположение общающихся людей на определенном расстоянии друг от друга само по себе несет информацию об отношениях этих людей, причем независимо от того, какие слова они произносят, какими невербальными средствами общения пользуются. Холлом были выделены следующие четыре расстояния (зоны), свидетельствующие о различных взаимоотношениях людей.

1. Публичная зона. Она составляет примерно 400–750 см и указывает на то, что на этом расстоянии друг от друга находятся в процессе общения люди, не имеющие каких-либо личных или деловых отношений, не намеренные идти на дальнейшее сближение друг с другом или установление личных взаимоотношений. Это зона, в пределах которой относительно друг друга располагаются люди во всех случаях их публичного общения (отсюда название «публичная зона»).
2. Социальная зона. Она составляет около 120–140 см и указывает на то, что люди, общающиеся на таком расстоянии друг от друга, являются знакомыми, партнерами или коллегами по работе и между ними сложились только деловые (не личные) взаимоотношения.
3. Личная зона. Она примерно равна 45–120 см. В пределах этой зоны относительно друг друга располагаются люди, между которыми сложились не только деловые, но и личные взаимоотношения, не переходящие, однако, в интимные.
4. Интимная зона. Она составляет 0–45 см. В эту зону допускаются только самые близкие люди, между которыми сложились интимные отношения или которые готовы пойти на установление таких взаимоотношений друг с другом.

Содержание и цели общения являются его относительно неизменными составляющими, зависящими от потребностей человека и не всегда сознательно контролируемые. То же самое можно сказать о средствах общения. Их использованию можно обучаться, но в гораздо меньшей степени, чем технике и приемам общения. Под средствами общения понимается то, каким образом человек реализует определенное содержание и цели общения. Это зависит от культуры человека, уровня интеллектуального развития, воспитания и образования. Когда говорят о развитии у человека способностей, умений и навыков общения, то прежде всего имеют в виду технику и средства общения.

Техника общения — это способы преднастройки человека на общение с людьми, его поведение в процессе общения, а приемы — предпочитаемые средства общения, включая вербальные и невербальные.

Прежде чем вступать в общение с другим человеком, необходимо определить свои интересы, соотнести их с интересами партнера по об-

щению, оценить его как личность, выбрать подходящую технику и приемы общения.

Затем в процессе общения необходимо контролировать его ход и результаты, уметь правильно начинать, продолжать и завершать акт общения, оставляя у партнера по общению соответствующее благоприятное или неблагоприятное впечатление и добиваясь того, чтобы у него возникло или не возникло стремление продолжить общение.

На начальном этапе общения его техника включает такие элементы, как принятие определенного выражения лица, позы, выбор начальных слов и тона высказывания, движений и жестов, привлекающих внимание партнера, выполнение действий, направленных на определенное восприятие сообщаемого (передаваемой информации).

Выражение лица должно соответствовать трем вещам: цели сообщения, результату общения и отношению к партнеру. Поза, как и выражение лица, служит средством демонстрации определенного отношения или к партнеру, или к содержанию того, что ему сообщается (воспринимается от него). Иногда субъект общения сознательно контролирует свою позу для того, чтобы облегчить или, напротив, затруднить акт общения. Например, разговор с собеседником лицом к лицу с близкого расстояния обычно облегчает общение и обозначает доброжелательное отношение к нему. Если же один из партнеров по общению ведет разговор, глядя в сторону, стоит вполоборота или спиной к собеседнику, на значительном от него расстоянии, то общение обычно затрудняется и свидетельствует о недоброжелательном отношении людей друг к другу.

Выбор начальных слов и тона, инициирующих акт общения, также оказывает определенное впечатление на партнера. Например, официальный тон означает, что партнер по общению не настроен устанавливать дружеские взаимоотношения. Той же цели служит подчеркнутое обращение на «Вы» к хорошо знакомому человеку. Напротив, обращение на «ты» и переход к дружескому, неофициальному тону являются признаком доброжелательного отношения, готовности пойти на установление неофициальных личных взаимоотношений. О том же — об отношении к человеку или к содержанию общения — свидетельствует присутствие или отсутствие на лице в момент общения доброжелательной улыбки.

Первые жесты, привлекающие внимание партнера, равно как и выражение лица (мимика), часто являются произвольными, поэтому общающиеся люди, скрывая свое состояние или отношение к партнеру, отводят в сторону глаза или прячут от их взгляда руки. В подобных ситуациях нередко возникают трудности в выборе первых

слов, встречаются обмолвки, речевые ошибки, другие трудности, о природе которых много и интересно говорил З. Фрейд.

В процессе общения применяются техника и приемы, основанные на использовании *обратной связи*. Под ней понимается получение информации о партнере по общению, используемой для коррекции собственного поведения в процессе общения. Обратная связь включает сознательный контроль коммуникативных действий, наблюдение за партнером и оценку его реакции, последующее изменение в соответствии с этим и собственного поведения. Обратная связь предполагает умение видеть себя со стороны и правильно судить о том, как партнер воспринимает себя в общении. Малоопытные собеседники чаще всего забывают об обратной связи или не умеют пользоваться ею.

Механизм обратной связи предполагает умение соотносить свои реакции с поведением партнера, с оценками собственных действий и делать вывод о том, что явилось причиной определенной реакции собеседника на сказанные слова. В обратную связь также включаются коррекции, которые вносит общающийся человек в собственное поведение в зависимости от того, как он воспринимает и оценивает действия своего партнера. Умение использовать обратную связь в общении является одним из важнейших моментов, входящих в процесс общения и структуру коммуникативных способностей человека.

Коммуникативные способности — это умения и навыки общения, от которых зависит его успешность. Люди разного возраста, образования и культуры, разного уровня развития, имеющие различный жизненный и профессиональный опыт, отличаются друг от друга по своим этим свойствам. Образованные и культурные люди обладают, как правило, более развитыми коммуникативными способностями, чем необразованные и малокультурные. Люди, чьи профессии предполагают не только частое и интенсивное общение, но и исполнение в общении определенных ролей (актеры, врачи, педагоги, политики, руководители), нередко обладают более развитыми коммуникативными способностями, чем представители других профессий.

Применяемые на практике техника и приемы общения имеют возрастные особенности. Так, у детей они отличны от взрослых, а дошкольники общаются со взрослыми и сверстниками иначе, чем это делают старшие школьники. Техника и приемы общения пожилых людей, как правило, отличаются от техники и приемов общения молодых. Дети более импульсивны и непосредственны в общении, и в их технике преобладают невербальные средства. У детей слабо развита обратная связь, а само общение нередко имеет чрезмерно выраженный эмоциональный характер. С возрастом эти особенности постепенно исчезают

и общение становится более взвешенным, вербальным, рациональным, экономным в его экспрессивном выражении. Совершенствуется с возрастом и обратная связь в общении.

Профессиональная принадлежность в практике общения проявляется на этапе преднастройке, в выборе тона высказывания и в специфических реакциях на действия партнера по общению. Актерам, например, свойствен игровой (в смысле актерской игры) стиль общения с окружающими людьми, так как они привыкают к частому исполнению разных ролей и нередко сживаются с ними настолько, что продолжают игру и в реальных человеческих отношениях. Учителям и руководителям может быть свойствен начальственный, высокомерный или поучительный тон общения. У врачей, особенно психотерапевтов, в общении с людьми часто проявляется повышенное внимание и сочувствие им.

Роль общения в психическом развитии человека

Общение имеет огромное значение в формировании человеческой психики, ее развитии и становлении культурного поведения. Через общение с психологически развитыми людьми благодаря широким возможностям к научению человек приобретает свои высшие познавательные способности и качества. С помощью активного общения с развитыми личностями он сам превращается в личность. Если бы с рождения человек был лишен возможности общаться с людьми, он никогда не смог бы стать цивилизованным, культурно и морально развитым гражданином, до конца жизни был бы обречен оставаться полуживотным, внешне напоминающим человека. Об этом свидетельствуют многочисленные факты, описанные в литературе и показывающие, что человеческий индивид, будучи лишенным возможности общения с себе подобными, даже если он как организм вполне сохранился, остается биологическим существом в своем психическом развитии, а не личностью, не человеком. В качестве примера можно привести состояния людей, которых время от времени находят среди зверей и которые длительное время, особенно в детстве, жили в изоляции от цивилизации и от общения с другими, психологически и культурно развитыми людьми.

Особенно большое значение для психического развития ребенка имеет его общение со взрослыми людьми на ранних стадиях онтогенеза. В это время ребенок все свои человеческие, психические и поведенческие качества приобретает почти исключительно через общение с другими людьми, так как вплоть до наступления подросткового возраста, он лишен способности к самопознанию (рефлексии), самообразованию и самовоспитанию.

Психическое развитие ребенка начинается именно с общения с окружающими людьми. Это — ведущая форма социальной активности в младенчестве и первый ее вид, который возникает в онтогенезе. Благодаря общению младенец получает необходимую для него информацию и поддержку со стороны других людей. Что же касается предметной деятельности, которая также выступает как условие и средство психического развития, то она появляется позднее, только на втором году жизни.

В общении вначале через прямое подражание (*викарное научение*), а затем через словесные инструкции (*вербальное научение*) приобретает основной жизненный опыт ребенка. Люди, с которыми он общается, являются для ребенка носителями данного опыта, и никаким иным путем, кроме общения с ними, этот опыт приобретен быть не может. Интенсивность общения, разнообразие его содержания, целей и средств являются важнейшими факторами, определяющими психическое развитие детей.

Выделенные и описанные выше виды общения служат развитию различных сторон психологии и поведения человека.

Так, деловое общение формирует и развивает способности, служит средством приобретения знаний и навыков. В нем человек совершенствует умения взаимодействия с людьми, развивает необходимые для этого деловые и личностные качества. Личностное общение соответственно формирует человека как личность, предоставляет ему возможность приобрести определенные черты характера, сформировать человеческие интересы, привычки, склонности, усвоить нормы и формы человеческого поведения, определить цель своей жизни и выбрать подходящие средства для ее реализации.

Виды общения, разнообразные по содержанию, целям и средствам, выполняют специфические функции в психическом развитии индивида.

Например, *материальное общение* позволяет ему получать необходимые для жизни предметы материальной и духовной культуры.

Когнитивное общение выступает как фактор интеллектуального развития человека, так как общающиеся друг с другом индивиды обмениваются знаниями и интеллектуальными умениями. *Кондиционное общение* обеспечивает состояние оптимальной психологической готовности к научению, формирует установки, необходимые для включения человека в другие виды общения. Тем самым оно косвенно способствует индивидуальному интеллектуальному и личностному росту человека.

Мотивационное общение служит источником энергии для человека, его своеобразной мотивационной «подзарядкой». Приобретая в результате такого общения новые интересы, мотивы и цели деятельности, человек расширяет свой психоэнергетический потенциал.

Деятельностное общение, которое мы определили как обмен действиями, операциями, умениями и навыками между людьми, обладает пря-

мым развивающим эффектом, так как совершенствует и обогащает собственную практическую деятельность индивида.

Биологическое общение служит самосохранению организма в качестве важнейшего условия поддержания и развития жизненных функций.

Социальное общение обслуживает общественные потребности людей и является фактором, способствующим развитию и совершенствованию разнообразных форм общественной жизни: групп, коллективов, организаций, наций, государств, мира людей в целом.

Непосредственное общение необходимо человеку для того, чтобы обучаться и воспитываться за счет использования в практике самых простых и эффективных средств и способов научения, данных с рождения: условно-рефлекторного, викарного и вербального.

Опосредствованное общение помогает усвоению выработанных людьми средств общения и совершенствованию на их основе способности к самообразованию и самовоспитанию человека, а также к сознательному управлению общением как таковым.

Благодаря *невербальному общению* человек получает возможность психологически развиваться еще до того, как он усвоил речь и научился ей пользоваться (в возрасте около 2–3 лет). Кроме того, невербальное общение способствует развитию и совершенствованию коммуникативных возможностей человека, вследствие чего он становится более способным к межличностным контактам и открывает для себя широкие возможности для дальнейшего развития.

Что же касается роли *вербального общения* в психическом развитии индивида, то ее вообще трудно переоценить. Это связано с усвоением речи, а она, как известно, лежит в основе всестороннего развития человека, как интеллектуального, так и личностного.

Таким образом, без общения, выступающего в его разнообразных формах, человек не в состоянии не только психологически развиваться, но и просто обеспечивать свое элементарное человеческое существование.

Развитие общения

В фило- и онтогенезе происходит развитие общения, которое охватывает все основные стороны данного процесса: его содержание, цели и средства.

Филогенетическое развитие общения, связанное с изменением его содержания, проявляется в следующих моментах.

1. Обогащение содержания общения новой информацией, передаваемой от одного существа к другому. Сначала это сведения о биологических состояниях организма, затем — информация о жизненно значимых свойствах и воздействии внешней среды. Вслед за этим в содержание общения входит информация когнитивного

характера, заключающая в себе объективные, независимые от наличных потребностей живого существа, знания о мире, представленные сначала в виде образов, а затем в форме понятий. Последнее происходит уже на уровне человека, а первые два этапа эволюционного развития общения могут проходить еще на уровне животных. Примерно этим же путем идет развитие общения в онтогенезе человека, достигая третьей ступени к началу школьного возраста.

2. Обогащение целей связано с изменением и развитием потребностей общающихся организмов: чем разнообразнее и выше эти потребности, тем дифференцированнее и совершеннее цели общения.
3. Развитие средств общения в фило- и онтогенезе идет по нескольким направлениям. Во-первых, выделяются специальные органы, являющиеся средством коммуникации, например руки. Во-вторых, идет развитие экспрессивных форм выразительных движений (жестов, мимики, пантомимики). В-третьих, изобретаются и используются знаковые системы как средства кодирования и передачи информации. В-четвертых, совершенствуются технические средства хранения, преобразования и передачи информации, используемой людьми в общении (печать, радио, телевидение, телефон, телефакс, Интернет, магнитный, лазерный и другие способы технической записи и т. п.).

Развитие общения у животных естественным образом включено в эволюционный биологический процесс, в то время как изменение содержания, целей и средств человеческого общения имеет исторический характер.

Животные на ранних ступенях эволюции практически не общаются друг с другом, за исключением случаев, predetermined инстинктом продолжения рода. Стадный образ жизни, предполагающий внутривидовое общение, появляется у насекомых, рыб, развивается далее у птиц и млекопитающих и достигает высшего уровня совершенства среди животных у обезьян.

Животные в стаде обмениваются друг с другом биологически значимой информацией, охраняют и поддерживают жизнь друг друга. Например, в стаде обезьян могут даже складываться довольно сложные, иерархически устроенные взаимоотношения: выделяется вожак, ему подчиняются остальные, наблюдается определенная иерархия «статусов».

Вначале общение среди животных происходит на основе обмена биохимической информацией (вспомним, что у всех животных развит обонятельный мозг). Затем к ней подключается слуховая и зрительная ин-

формация. У антропоидов появляется язык жестов, мимики и пантомимики, внешне напоминающий тот, который в невербальном общении друг с другом используют люди. Еще в XIX веке Ч. Дарвин показал, что лицевые экспрессивные выразительные движения у человекообразных обезьян аналогичны эмоциональным выражениям, встречающимся у людей.

Человеческий ребенок обнаруживает способность к эмоциональному общению с людьми уже на третьем месяце жизни (комплекс оживления), а к годовалому возрасту его экспрессия становится настолько богатой, что позволяет довольно быстро усваивать вербальный язык общения и далее пользоваться звуковой речью.

Основные этапы, которые проходит онтогенетическое развитие общения у человека вплоть до поступления в школу, можно представить и описать следующим образом.

Возраст от рождения до 2–3 месяцев. Биологическое по содержанию, непосредственное (контактное) общение, служащее удовлетворению органических потребностей ребенка. Основное средство общения в это время — примитивная мимика и элементарная, не вполне организованная жестикуляция.

Возраст от 2–3 до 8–10 месяцев. Начальный этап познавательного общения, связанный с функционированием основных органов чувств и появлением потребности в новых впечатлениях.

Возраст от 8–10 месяцев примерно до 1,5 года. Возникновение координированного, вербально-невербального общения, обслуживающего когнитивные потребности. Подключение к невербальным средствам общения языка и речи.

Возраст от 1,5 года до 3 лет. Появление простейшего делового и игрового общения, связанного с возникновением предметной деятельности и игры с участием других людей.

Возраст от 3 до 6–7 лет. Становление произвольности в выборе и использовании разнообразных естественных, данных от природы или приобретенных, средств общения. Развитие так называемого сюжетно-ролевого общения, порождаемого включением детей в сюжетно-ролевые игры.

С поступлением в школу ускоряется интеллектуальный и личностный рост ребенка. Углубляется и становится более разнообразным содержание общения, дифференцируются его цели, совершенствуются средства. Происходит вербализация и интеллектуализация общения, четко различаются и относительно независимо друг от друга развиваются деловое и личностное общение.

По мере совершенствования речи появляется возможность разнообразить содержание передаваемой и воспринимаемой в процессе общения

информации, а при научении — пользоваться различными средствами общения. В результате обогащается и инструментальная сторона общения.

Дальнейшее развитие общения можно представить как постепенное накопление человеком культуры общения на основе рефлексии, обратной связи и саморегуляции. Психологически высокоразвитый человек отличается от менее развитого не только сформированной потребностью в общении с разными людьми, но также богатым содержанием, множественностью целей и использованием разнообразных средств общения.

Социальное поведение

Важную роль в современной социальной психологии наряду с понятием общения играет представление о социальном поведении. Такое поведение рассчитано на оказание психологического влияния на людей и занятие определенного положения среди них (в системе межличностных отношений, социальной группе или обществе в целом). Социальное поведение обычно выделяется в противоположность индивидуальному. Последнее понимается как поведение, не связанное с положением человека, занимаемым им в обществе, с теми отношениями, которые у него складываются с окружающими людьми, не рассчитанное на оказание определенного воздействия на общество или людей.

Существуют многие виды так называемого социального поведения. Среди них можно назвать *массовое, групповое, полоролевое, просоциальное, асоциальное, антисоциальное, помогающее, конкурентное, поведение по типу А, поведение по типу Б, послушное, проблемное, противоправное, девиантное, материнское, поведение типа привязанности* и другие разновидности.

Массовое поведение представляет собой плохо управляемую социальную активность больших масс людей, не имеющих организованности и определенной цели. Такое поведение поэтому также называют стихийным. К массовым видам поведения относят, например, панику, слухи, моду, экономические, политические, религиозные движения и т. п.

Групповое поведение — это действия людей, объединенных в некоторую организованную, среднюю или малую социальную группу. Такое поведение является результатом происходящих в соответствующей группе процессов. Групповое поведение представляет собой нечто большее, чем те действия, которые выполняют отдельные члены группы, не взаимодействуя друг с другом, когда они находятся вне группы.

Полоролевым (гендерно-ролевым) называют социальное поведение, свойственное человеку определенного пола и связанное с теми типич-

ными социальными ролями, которые выполняют люди соответствующего пола в жизни (культуре) того или иного сообщества.

Все определенные выше виды социального поведения характеризуют группы и отдельных людей в зависимости от выполняемых ими социальных функций и интересов. Следующие виды социального поведения характеризуют человека в его взаимоотношениях с другими людьми.

Просоциальным называется поведение человека, в основе которого лежит его стремление помогать другим людям и поддерживать их. Если это поведение, связанное с оказанием прямой помощи тем, кто в ней нуждается, то такое поведение называется помогающим (*helping behavior* — англ.). Словосочетание «помогающее поведение» используется в тех случаях, когда человек, оказывая помощь другому человеку, делает это добровольно, без принуждения и без расчета на получение какой-либо награды или выгоды, а также в жизненных ситуациях, где это поведение не включает в себя реальное или потенциальное жертвование чем-либо ради другого человека.

Конкурентное — это такое поведение, при котором человек воспринимает окружающих людей как реальных или потенциальных конкурентов, вступает в соревнование или борьбу с ними. Конкурентное поведение обычно рассчитано на то, чтобы выиграть соревнование, одержать верх, превзойти, победить других людей. К этой форме поведения близка по содержанию или функционально связана с ним следующая разновидность социального поведения. Поведение по типу А характеризует человека, отличающегося нетерпением, раздражительностью, враждебностью, цинизмом и недоверием к людям. Ему противостоит поведение по типу Б. Оно, напротив, характеризуется отсутствием стремления конкурировать с людьми и доброжелательностью.

Термин «послушное поведение» используется для обозначения форм социального поведения, которые обеспечивают (способствуют, облегчают) культурные, цивилизованные формы социального взаимодействия людей. Происхождение термина «послушное поведение» связано с тем фактом, что разумное послушание давно и традиционно рассматривается как положительная черта личности человека, воспитываемая у него с детства, что подобные формы поведения способствуют уважению и взаимопониманию людей. С таким поведением, которое в русскоязычной литературе иногда называют правопослушным, сравниваются проблемное, противоправное и девиантное поведение. Эти разновидности социального поведения определяются следующим образом.

Словосочетание «проблемное поведение» обозначает любое поведение, которое ведет к возникновению у человека проблем психологического характера. Проблемное поведение обычно включает в себя

формы социального поведения человека, которые непонятны или неприемлемы для окружающих людей, могут выступать как антисоциальные, деструктивные или дезадаптивные.

Противоправным называется такое поведение, которое нарушает существующие в обществе правовые нормы. Такое поведение может быть осуждено судом, и за него человек может получить наказание в соответствии с действующими законами.

Девииантное — это поведение человека, отклоняющегося от принятых в обществе социальных, моральных или этических норм, то есть нарушающего их. Такое поведение, однако, не является подсудным (противоправным), то есть таким, которое может быть осуждено по закону.

Среди видов социального поведения встречаются такие, которые характеризуют близкие взаимоотношения людей. Это материнское поведение и поведение типа привязанности. В самом общем виде материнским называется такое поведение, которое характерно для матери в отношении ребенка, или поведение любого человека в отношении других людей, напоминающее поведение матери по отношению к своему ребенку.

Поведение типа привязанности — это стремление человека постоянно находиться рядом с другими людьми. Существенная черта такого поведения заключается в том, что человек, испытывающий чувство привязанности, стремится к соответствующим людям, всегда и везде старается находиться вместе или рядом с ними. Такое поведение обнаруживается уже в раннем детстве, и чаще всего объектом детской привязанности (и соответствующего поведения) становится мать ребенка.

Существуют и некоторые другие разновидности социального поведения, связанные с отношениями людей, складывающимися в обществе. Это поведение, направленное на достижение успехов или избегание неудач, поведение, содержащее в себе стремление к людям или уход от них, поведение, направленное на получение власти или подчинение людям, уверенное в себе или беспомощное поведение и некоторые другие виды социального поведения. Рассмотрим их и дадим им краткую характеристику.

Стремление добиваться успехов представляет собой форму социального поведения, от которой зависят жизненные успехи человека и, в какой-то степени, его судьба в современном обществе. Это стремление особенно усилилось среди людей в XX веке и характеризует многих преуспевающих личностей, чья повышенная социальная активность, связанная с потребностью достижения успехов, обеспечи-

вает не только их личные достижения, но и высокие темпы социально-экономического роста соответствующих стран.

Социальное поведение, связанное с потребностью достижения успехов, имеет и альтернативную форму. Противоположное ему поведение обычно соотносят со стремлением к избеганию неудач. Такое стремление проявляется в преимущественной озабоченности человека тем, чтобы в соревновании с другими людьми не оказаться последним, не стать неудачником, то есть быть не хуже большинства других людей.

Нередко в реальной жизни приходится наблюдать, что одни люди активно стремятся к общению и контактам с другими людьми, а другие старательно их избегают. Такие две противоположные формы социального поведения принято называть соответственно стремлением к людям и избеганием людей и связывать их с потребностью аффилиации.

Стремление к власти или поведение людей, которые уже находятся у власти и стараются ее сохранить, также представляет собой разновидность социального поведения. Противоположным ему является так называемое покорное поведение, или поведение, связанное с подчинением людям.

Еще две формы социального поведения, которые привлекли к себе внимание ученых в последние годы, — это уверенное и беспомощное поведение. Поведение уверенного в себе человека, готового и способного отстаивать свои интересы, принято называть ассертивным поведением (название происходит от английского слова *assertion*, обозначающего уверенность в себе).

Есть и противоположная форма социального поведения. Нередко можно наблюдать, что потенциально способный человек, стремящийся к успехам и имеющий реальную возможность добиться успехов, тем не менее терпит неудачу из-за того, что проявляет неуверенность, излишнее беспокойство и тревогу там, где нужно было бы действовать уверенно и спокойно. Из-за повышенного беспокойства (тревожности), а также по причине неуверенности в себе страдают многие люди в современном мире, причем не только сами они, но и зависящие от них другие люди. Такое поведение принято называть беспомощным. Оно определяется как поведение, при котором человек, имея возможность для самостоятельного и, как правило, успешного решения какой-либо жизненной проблемы, тем не менее почему-то бездействует, не предпринимает усилий, направленных на решение проблемы, и тем самым обрекает себя на неудачу.

Из всех перечисленных выше видов социального поведения внимание социальных психологов в последние годы больше всего привлекали те из них, которые имеют особую значимость для состояния

общества, положения человека и его судьбы. Это — различные проявления добра и зла, дружбы и вражды между людьми, их стремление добиваться успехов и власти, уверенность (ассертивность) или неуверенность в себе (беспомощность). Среди разнообразных проявлений добра, в свою очередь, больше всего внимания было уделено изучению альтруизма и другим видам просоциального поведения, направленного на оказание помощи людям. Ученых интересовали многие вопросы, связанные с проявлениями альтруизма, в том числе следующие.

- Что представляют собой люди, которые склонны к проявлению альтруизма?
- Какими психологическими особенностями обладают эти люди?
- В каких условиях те или иные люди более или менее склонны к альтруизму?

Из разнообразных видов антисоциального поведения наибольшего внимания была удостоена агрессивность, причем особое внимание ученых к изучению агрессивности и агрессивному поведению было вызвано тем, что агрессивность (враждебность отношений между людьми и враждебные формы поведения) существует давно и некоторым ученым даже представляется неустранимой формой негативного социального поведения.

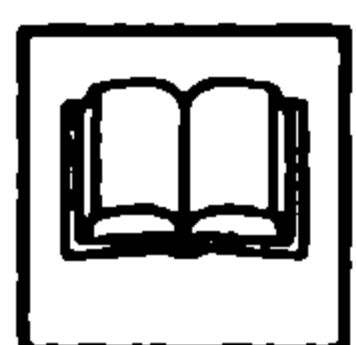


Контрольные вопросы

1. Что такое содержание, цель и средства общения?
2. Чем отличается содержание общения людей от содержания общения животных?
3. В чем различие целей общения у человека и животных?
4. В чем средства общения, употребляемые людьми, отличаются от средств общения, используемых животными?
5. Что обозначают как структуру общения?
6. Какова структура общения по Г. М. Андреевой?
7. Какова структура общения по Лассуэллу?
8. Какие виды общения имеются у людей?
9. Что такое материальное общение?
10. Что представляет собой когнитивное общение?
11. Какое общение называют кондиционным и почему?
12. Каким образом определяется мотивационное общение?
13. Что представляет собой деятельностное общение?
14. Что такое деловое и личное общение?

15. Какие виды общения называют инструментальным и целевым?
16. Что такое биологическое и социальное общение?
17. Какое общение обозначают как непосредственное и опосредствованное, прямое и косвенное?
18. Что представляют собой вербальное и невербальное общение?
19. Какое общение называют проксемальным?
20. Что такое зона общения? Какие существуют разновидности зон общения и о чем они свидетельствуют?
21. Что называют техникой и приемами общения?
22. Каким образом выбор техники общения зависит от процесса и этапов общения?
23. Что такое обратная связь, какую роль она играет в процессе общения?
24. Что называют коммуникативными способностями?
25. От чего зависит уровень развития коммуникативных способностей человека?
26. Какие психологические свойства и формы поведения приобретает человек в процессе общения?
27. Какую роль различные виды общения играют в психологическом развитии человека?
28. По каким направлениям общение может развиваться в филогенезе и онтогенезе?
29. Что представляет собой развитие общения через изменение его содержания?
30. Каким образом изменяются цели и средства общения в процессе его развития?
31. Чем отличается развитие общения у животных и людей?
32. Что представляют собой этапы онтогенетического развития общения человека?
33. Что называют социальным поведением?
34. Какие существуют разновидности социального поведения?
35. Какое поведение называют массовым?
36. Что такое групповое поведение?
37. Как определяют полоролевое поведение?
38. Что означают словосочетания «просоциальное поведение» и «помогающее поведение»?
39. Какое поведение называют конкурентным?
40. Что представляет собой социальное поведение по типу А и по типу Б?
41. Что такое послушное поведение?
42. Какие виды социального поведения называют проблемным, противоправным и девиантным?
43. Какую форму социального поведения обозначают как материнское?

44. Какое социальное поведение связывают с привязанностью?
45. Что представляют собой виды социального поведения, направленные на достижение успехов или избегание неудач?
46. Каким образом определяют формы социального поведения, выражающие стремление к людям и избегание людей?
47. Что такое поведение, связанное со стремлением к власти и подчинением людям?
48. Какое поведение называют уверенным и беспомощным?
49. С какой целью психологи выделяют и изучают различные виды социального поведения?
50. Каким видам социального поведения в последние годы было уделено наибольшее внимание и почему?



Литература

1. Алтунина И. Р. Мотивы и мотивация социального поведения детей (теория развития мотивов и мотивации социального поведения). — М., 2005. — С. 14–99.
2. Андреева Г. М. Социальная психология. — М., 2006. — С. 27–47, 68–116.
3. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. — СПб., 2004. — С. 369–400.
4. Бандура А. Теория социального научения. — СПб., 2000. — С. 11–85.
5. Битянова Н. Р. Социальная психология. — М., 2001. — С. 54–131, 170–227.
6. Бодаев А. А. Психология общения. — М.; Воронеж, 1996. — С. 10–98.
7. Глейтман Г., Фридлунд А., Райсберг Д. Основы психологии. — СПб., 2001. — С. 459–503.
8. Журавлев А. Л. Психология совместной деятельности. — М., 2005. — С. 15–141.
9. Коломинский Я. Л. Психология взаимоотношений в малых группах. — Минск, 2001. — С. 26–41.
10. Лабунская В. А. Невербальное поведение: Социально-перцептивный подход. — Ростов-на-Дону, 1986. — С. 36–111, 115–130.
11. Лабунская В. А. Психология экспрессивного поведения. — М., 1989. — С. 5–60.
12. Ломов Б. Ф. Общение и социальная регуляция поведения индивида // Психологические проблемы социальной регуляции поведения. — М., 1976.
13. Парыгин Б. Д. Анатомия общения. — СПб., 1999. — С. 28–104, 236–242.
14. Петровская Л. А. Компетентность в общении. Социально-психологический тренинг. — М., 1989. — С. 9–17, 45–194.

15. *Петровская Л. А.* Теоретические и методологические проблемы социально-психологического тренинга. — М., 1982. — С. 30–75, 97–121, 138–148.
16. *Соловьева О. В.* Обратная связь в межличностном общении. — М., 1992. — С. 5–32.
17. Социальная психология / Под ред. А. Н. Сухова, А. А. Деркача. — М., 1992. — С. 62–116.
18. *Фернхем А., Хейвен П.* Личность и социальное поведение. — СПб., 2001. — С. 119–243, 273–309.
19. *Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С.* Агрессия. -- СПб., 2002. — С. 14–24.

Глава 5

Межличностные и межгрупповые взаимоотношения



Краткое содержание

Общественные и межличностные отношения. Отличие общественных (социальных) от межличностных (психологических) отношений. Понятия социальной роли и статуса. Социологический и социально-психологический аспекты изучения социальной роли.

Классификация межличностных взаимоотношений. Виды межличностных отношений, выделяемые и изучаемые в социальной психологии. Особенности официальных и неофициальных, деловых и личных, рациональных и эмоциональных отношений, отношений руководства — подчинения, первичных и вторичных взаимоотношений. Статический и динамический аспекты изучения межличностных отношений. Соотношение общения, межличностных отношений и межличностных взаимодействий.

Межгрупповые отношения. Определение межгрупповых отношений. Особое положение этой области научных исследований среди социальных наук. Социально-психологическая проблематика межгрупповых отношений. Специфика межгруппового восприятия. Межгрупповая предубежденность и ингрупповой фаворитизм.

Общественные и межличностные отношения

Между людьми в обществе складывается сложная система разнообразных отношений, которые в первом приближении можно разделить на общественные (социальные) и межличностные (психологические). Разница между общественными и межличностными отношениями заключается в следующем.

1. Общественные отношения характеризуют общество в целом или же отношения между различными социальными группами людей, составляющими данное общество. Межличностные отношения — это отношения, складывающиеся между отдельными людьми (индивидами, личностями).
2. Общественные отношения носят объективный характер, в то время как межличностные отношения являются субъективными. Это означает, что общественные отношения мало связаны с эмоциями отдельных людей и существуют как бы относительно независимо от них, в то время как межличностные отношения всегда связаны с эмоциями, переживаемыми конкретными людьми.
3. Общественные отношения существуют относительно независимо от самих людей (люди «включаются» в эти отношения, существующие вне их), а межличностные отношения не существуют отдельно от реализующих их людей (они выражают внутренний мир человека, и их источник находится в самом человеке).
4. Общественные отношения описываются через понятие «социальная роль», а межличностные отношения характеризуются с помощью терминов «социальная установка» или «личное отношение».

Социальных психологов в основном интересуют межличностные отношения, в то время как социологи изучают общественные (социальные) отношения.

Используемые для характеристики общественных отношений понятия «социальная роль» и «статус» означают следующее.

Социальная роль — это совокупность прав и обязанностей, форм поведения и социальных действий, предписываемых человеку (реализуемых человеком), занимающему в обществе определенное положение. К примеру, руководители всех уровней имеют права и обязанности, отличающиеся от прав и обязанностей их подчиненных. Люди разных профессий, занимающие в социальных организациях разнообразные должности, также располагают неодинаковыми обязанностями и правами. Все это относится к социальным ролям, которые существуют в обществе относительно независимо от исполняющих или принимающих их людей.

В ролевом поведении, однако, есть не только обозначенный выше социологический, но и социально-психологический аспект. Он заключается

в том, что психологически различные люди могут индивидуально своеобразно или по-разному исполнять одни и те же социальные роли. Однако при всевозможных индивидуальных вариациях исполнения социальных ролей существуют их социальные нормативы или инварианты, за пределы которых не должен выходить человек, выступающий в той или иной социальной роли. Эти инварианты, как правило, зафиксированы или отражены в документах, имеющих правовую основу.

Понятие статус означает положение, занимаемое человеком в системе общественных или межличностных отношений. Чем выше по социальной лестнице (по занимаемому им в обществе положению) находится человек, тем выше его социальный статус. Чем выше авторитет и признание данного человека, тем выше его статус в системе межличностных отношений. Следовательно, понятие «социальный статус», как и термин «социальная роль», имеет как социологический, так и социально-психологический аспекты.

Г. М. Андреева, которая первой поставила и решила в социальной психологии вопрос о соотношении общественных (социальных) и психологических (межличностных) отношений, выделяет следующие виды общественных отношений: политические, идеологические, социальные и экономические. Их содержание, по мнению автора, раскрывается и обсуждается в социальных науках, в том числе в социологии. Что касается межличностных отношений, то они выступают в качестве предмета исследования именно в социальной психологии. Поэтому, говоря о человеческих отношениях и изучая их, психологи прежде всего обращают внимание именно на межличностные отношения, существующие внутри малых социальных групп или между отдельными людьми.

Классификация межличностных взаимоотношений

Межличностные отношения, или отношения между отдельными людьми (личностями), делятся на следующие основные виды:

- 1) официальные и неофициальные;
- 2) деловые и личные;
- 3) рациональные и эмоциональные;
- 4) руководства и подчинения;
- 5) первичные и вторичные.

Официальными называют взаимоотношения, возникающие между людьми на должностной основе. Они регулируются документами (законами, положениями, постановлениями, уставами, приказами и т. п.),

имеющими правовую основу и утвержденными официально. В отличие от них, **неофициальные** отношения складываются на базе личных взаимоотношений людей. Для них не существует правовой основы, общепринятых законов, твердо установленных социальных норм и т. п. Неофициальные (неформальные) — это взаимоотношения между людьми, которые не носят официального характера. Неофициальными иногда также называют взаимоотношения между людьми, складывающиеся помимо тех должностных, деловых отношений, в которые они вынуждены (обязаны) вступать друг с другом (в этом плане неофициальные взаимоотношения не являются обязательными).

В официальные (формальные) взаимоотношения люди чаще всего вступают по должности, а не из личных симпатий или антипатий друг к другу, и это объединяет официальные взаимоотношения с деловыми взаимоотношениями. Однако не все официальные отношения являются деловыми, равно как и не все деловые отношения выступают как официальные.

Деловые отношения возникают в связи с совместной работой людей (делом, которое их объединяет) или по ее поводу, а личные — как отношения, складывающиеся между людьми независимо от выполняемой ими работы. Примерами деловых взаимоотношений могут быть служебные взаимоотношения, распределение обязанностей между людьми в группе (коллективе). Характер деловых взаимоотношений людей напрямую не определяется эмоциями, которые люди испытывают в отношении друг друга, а больше зависит от распределения между ними ролей в совместной деятельности. Деловые взаимоотношения людей, в отличие от личных взаимоотношений, основаны на тех ролях, которые люди играют в совместной деятельности, на обязательствах, которые они берут на себя, или на обязанностях, которые другие люди возлагают на них.

Личные взаимоотношения — это отношения между людьми, которые складываются вне их совместной деятельности. Примерами личных взаимоотношений могут служить взаимные симпатии, антипатии, уважение, неуважение и т. п. В основе личных взаимоотношений лежат чувства, которые люди испытывают по отношению друг к другу, а также их индивидуальные психологические особенности. Чувства людей, проявляемые в личных взаимоотношениях, могут быть положительными и отрицательными, включать в себя такие, например, переживания, как симпатии, антипатии, любовь, вражда, ненависть, уважение, неуважение, признание, непризнание, доверие, недоверие и ряд других. Что касается индивидуальных особенностей, которые могут оказывать влияние на взаимоотношения людей, то

к ним можно отнести способности, темперамент, характер, волю, мотивы и потребности. Личные взаимоотношения всегда носят субъективный характер, они выражают собой сугубо индивидуальное (личное) отношение одного человека к другому, которое может не разделяться другими людьми.

В рациональных отношениях на первый план выступают знания людей друг о друге и объективные оценки, которые им дают окружающие люди. Рациональные — это взаимоотношения, которые основаны на расчете и разуме, строятся и развиваются исходя из ожидаемой или реальной пользы, которую вступающие в них люди могут принести или приносят друг другу. Эмоциональные отношения — это, напротив, отношения, основанные на субъективных оценках людей, на их личном, индивидуальном восприятии окружающих. Такие отношения, как правило, сопровождаются положительными или отрицательными эмоциями и далеко не всегда базируются на объективной информации о человеке. Рациональные взаимоотношения не всегда совпадают с эмоциональными и могут им не соответствовать. Так, например, один человек может испытывать по отношению к другому человеку приятные чувства, симпатии, но вместе с тем понимать, что от общения с ним никакой материальной или иной пользы для себя он не получит. И наоборот, человек может испытывать личную неприязнь к другому человеку, но тем не менее вступать с ним в рациональные, то есть основанные на расчете взаимоотношения, исходя из выгоды, которую он может получить от взаимодействия с ним.

Отношения **руководства** (лидерства) и **подчинения** (следования за лидером) проявляются в следующем: это неравноправные отношения, в которых одни люди (лидеры или руководители) имеют больше прав, чем другие — следующие за ними или подчиненные им. Такие отношения иногда называют субординационными, а равноправные отношения — координационными. Субординационные — это соответственно отношения между людьми, имеющими различный социальный статус, занимающими разные должности в некоторой организации (группе, коллективе) или различное положение в обществе. Таковыми, например, являются взаимоотношения между руководителями и подчиненными. Наряду с ними существуют равноправные, или паритетные (координационные), отношения. Их социально-психологическая основа заключается в том, что люди, вступающие в такие отношения, имеют одинаковые права, которые распределяются между ними на паритетной (равноправной) основе. Такие люди не подчинены друг другу и выступают по отношению друг к другу как самостоятельные, независимые личности.

Первичные взаимоотношения — это основные, базовые, долгосрочные и устойчивые взаимоотношения людей, основанные на сильных, глубоких эмоциональных связях, существующих между этими людьми, на чувстве личной привязанности или преданности друг другу. Такие взаимоотношения являются общими для многих людей, распространены, охватывающими многие социальные роли, формы поведения и ситуации. Они не ограничены строгими правилами взаимодействия, и люди, вовлеченные в такие взаимоотношения (люди, между которыми эти отношения складываются), обычно давно и хорошо знают друг друга. Вторичные взаимоотношения относительно кратковременные, поверхностные, характеризующиеся ограниченным опытом взаимодействия людей друг с другом и отсутствием четких правил взаимодействия. В отличие от первичных взаимоотношений, они редко эмоционально-глубоко вовлекают людей.

Межличностные отношения в группе можно рассматривать в статике — в том виде, в каком они сформировались на данный момент времени, — и в динамике, то есть в процессе их изменения и развития. В первом случае анализируются особенности существующей системы отношений, во втором — законы их формирования и дальнейшего прогрессивного преобразования. Эти два подхода в конкретных социально-психологических исследованиях нередко взаимно дополняют друг друга.

Межличностные отношения в социальных группах, где они в основном и складываются, со временем изменяются. Сначала, на начальном этапе группового развития, они бывают относительно безразличными (люди, не знающие или слабо знающие друг друга, не могут определенно и устойчиво относиться друг к другу). Затем эти отношения на некоторое время могут стать противоречивыми и даже конфликтными, а далее — при благоприятных условиях их развития — превратиться в коллективистические.

Понятия «межличностные отношения», «общение» и «взаимодействие людей» имеют между собой нечто общее и вместе с тем отличаются друг от друга по своему содержанию и объему. Общим для всех этих понятий является то, что все они характеризуют социальные или психологические связи, складывающиеся между людьми в обществе и в различных социальных группах. Особенности этих связей отражаются в тех терминах, с помощью которых соответствующие отношения обозначаются.

Общение — самое широкое по своему объему и содержанию понятие. Оно включает в себя всевозможные контакты, возникающие между людьми, независимо от их содержания и формы. Межличностные отношения — более узкое, чем общение, понятие. Оно включает в себя

только такие отношения между людьми, которые описываются в психологических терминах, связаны с восприятием и оценкой людьми друг друга как личностей и выражают их субъективное, эмоциональное отношение друг к другу. Что касается общения, то оно может не иметь эмоциональной окраски (например, чисто деловое общение между собой двух или нескольких людей, которые не имеют особых личных взаимоотношений).

Отличие общения от взаимодействия состоит в следующем. Общение не обязательно включает в себя те или иные действия, предпринимаемые людьми и предназначенные для оказания друг на друга определенного воздействия (например, простой обмен информацией или какими-либо сведениями между людьми). Взаимодействие, напротив, обязательно включает в себя определенные действия, предпринимаемые одним человеком относительно другого и рассчитанные на оказание определенного воздействия на него.

Межгрупповые отношения

Межгрупповые отношения — это отношения между различными социальными группами людей, не только малыми, но и большими. История их изучения сложилась таким образом, что в центре внимания ученых оказались в основном отношения между большими социальными группами, поэтому данная область научных знаний оказалась представленной не столько в социальной психологии (хотя это, безусловно, социально-психологическая проблематика), сколько в смежных с ней науках: социологии, этнопсихологии, экономике, истории и ряде других. Такое положение дел сохраняется до сих пор, поэтому во многих современных учебниках по социальной психологии отсутствует специальный раздел, посвященный межгрупповым отношениям. Кроме того, эта область знаний и научных исследований формально не принадлежит ни к одному из известных направлений в социальной психологии, хотя данная проблематика затрагивалась в научных трудах представителей самых разных течений не только в психологии, но и в других науках.

Одним из ученых, кто специально занимался в нашей стране изучением межгрупповых отношений, является В. С. Агеев. Определяя предмет исследования этой области научных знаний, он считает, что сфера межгрупповых отношений затрагивает отношения не только между большими, но также и малыми социальными группами. Отношения между большими социальными группами больше находятся в сфере интересов социологов, в то время как отношения между ма-

лыми социальными группами больший интерес представляют для психологов.

В число главных тем соответствующих исследований входит изучение процессов восприятия и понимания друг друга представителями различных социальных групп (межгрупповых социально-перцептивных процессов). Здесь социальная группа выступает как субъект и объект восприятия со стороны представителей других социальных групп.

Специфической структурной характеристикой межгруппового восприятия по сравнению с межличностным восприятием является его целостность. Если межличностное восприятие отличается у различных людей как личностей, то в том случае, когда люди характеризуются как представители одной и той же социальной группы, у них обнаруживаются общие особенности социальной перцепции. Другими словами, если, изучая межличностное восприятие людей, психологи акцентируют внимание на его индивидуальных отличиях, то, представляя межгрупповое восприятие (и соответственно межгрупповые отношения), социальные психологи подчеркивают межгрупповые отличия. К примеру, в качестве феноменов межгруппового восприятия могут выступать общие для той или иной социальной группы установки, убеждения, стереотипы и т. п.

Целостность и унифицированность, по Агееву, являются важнейшими структурными характеристиками межгруппового восприятия. Межгрупповые отношения, в том числе межгрупповое восприятие, также отличаются от межличностных отношений (межличностного восприятия) большей устойчивостью, стабильностью и инертностью. Межгрупповое восприятие, по сравнению с межличностным восприятием, является ценностным и отражает в основном социальные отношения между группами, в то время как межличностное восприятие базируется на личных взаимоотношениях соответствующих людей.

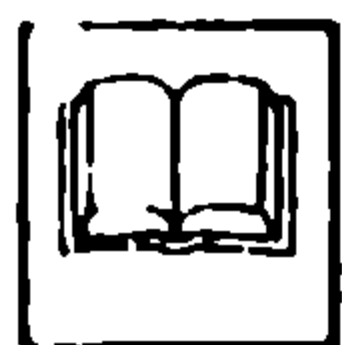
Основные феномены межгруппового восприятия — это межгрупповая предубежденность и ингрупповой фаворитизм, причем оба названных феномена функционально связаны друг с другом. Межгрупповая предубежденность проявляется в том, что члены одной социальной группы, социально и психологически отделяя себя от представителей других социальных групп, относятся к ним не так, как они относятся к членам своей социальной группы. Свою группу они, как правило, считают лучшей, а другие социальные группы — уступающими ей. В результате складывается более позитивное отношение к своей социальной группе по сравнению с отношением к другим («чужим»)

социальным группам. В отношениях к своей социальной группе, безусловно, преобладают позитивные моменты, а если и проявляются негативные, то ее участники относятся к ним «с пониманием», прощают членам своей социальной группы замеченные у них так называемые «мелкие» недостатки. По отношению к другим социальным группам проявляются преимущественно негативные моменты, а замечаемые у них недостатки считаются «крупными» и не прощаются.

Ингрупповой фаворитизм — это обратная сторона межгрупповой предубежденности. Он проявляется в том, что в большинстве случаев члены группы отдают предпочтение «своим», то есть участникам их собственной группы. «Чужие» соответственно находятся на втором месте и лишаются тех привилегий, которыми обладают члены своей социальной группы.

? Контрольные вопросы

1. Чем отличаются общественные и межличностные отношения?
2. Что называют социальной ролью?
3. Каким образом определяется социальный статус?
4. В чем выражаются социологический и социально-психологический аспекты изучения социальных ролей?
5. Какие существуют виды межличностных отношений?
6. Что представляют собой официальные и неофициальные взаимоотношения?
7. Каким образом определяются деловые и личные взаимоотношения?
8. Какие отношения называют рациональными и эмоциональными?
9. Что такое отношения руководства и подчинения?
10. Какие отношения между людьми называют первичными?
11. Как определяют вторичные взаимоотношения?
12. В чем выражаются статический и динамический аспекты исследования межличностных отношений?
13. Как соотносятся между собой понятия «общение», «межличностные отношения» и «межличностные взаимодействия»?
14. Что такое межгрупповые отношения?
15. Какое положение занимает проблематика межгрупповых отношений в социальных и психологических науках?
16. Какие вопросы ставятся и изучаются в сфере межгрупповых отношений?
17. Что представляет собой межгрупповое социальное восприятие?
18. Что называют межгрупповой предубежденностью?
19. Что такое ингрупповой фаворитизм?



Литература

1. *Агеев В. С.* Межгрупповое взаимодействие. Социально-психологические проблемы. — М., 1990. — С. 6–134.
2. *Андреева Г. М.* Социальная психология. — М., 2006. — С. 241–256.
3. *Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р.* Социальная психология. — СПб., 2004. — С. 330–369.
4. *Коломинский Я. Л.* Психология взаимоотношений в малых группах. — Минск, 2001. — С. 26–41.
5. Социальная психология в трудах отечественных психологов. — СПб., 2000. — С. 106–197.
6. *Шибутани Т.* Социальная психология. — Ростов-на-Дону, 2002. — С. 272–396.

Глава 6

Персональные взаимоотношения людей



Краткое содержание

Аффилиация и привязанность. Необходимость социально-психологического изучения личных взаимоотношений людей. Виды личных (персональных) взаимоотношений людей, преимущественно изучаемые в социальной психологии. Определение аффилиативного поведения. Две тенденции, регулирующие такое поведение: стремление к людям и боязнь быть отвергнутым. Соотношение аффилиации и других видов социального поведения в плане их мотивации и практической реализации. Детская привязанность как форма социального поведения, близкая к аффилиации. Определение отношений типа привязанности. Виды привязанности. Стили привязанности.

Дружба. Дружба как вид близких человеческих отношений. Многоцелевой характер дружбы. Психологическая характеристика отношений типа дружбы. Нормы и правила дружеских отношений. Генезис дружеских взаимоотношений. Влияние возраста на дружеские взаимоотношения и их возрастные изменения. Значение дружеских взаимоотношений с людьми для благополучия человека.

Любовь. Любовь как высшая и самая совершенная форма человеческих личных взаимоотношений. Любовь как самосовершенствование человека и оказание помощи другим людям в их личностном росте. Равноправность и независимость людей в отношениях любви. Любовь как душевное единение и забота людей друг о друге. Несовместимость любви, ненависти и других негативных отрицательных чувств. Понятие псевдолюбви и ее разновидности. Связь различных видов любви с любовью человека к самому себе. Место эротических отношений среди других разновидностей любви.

Альтруизм. Определение альтруистического поведения. Зависимость понимания альтруизма от различных взглядов ученых. Биологическая и социальная точки зрения на природу и происхождение альтруизма. Основные социально-психологические теории, объясняющие альтруизм. «Корыстные» и «бескорыстные» теории альтруизма. Эволюционно-биологическое объяснение альтруизма. Ситуационное объяснение альтруизма.

Личность и проявления альтруизма. Взаимодополняемость различных теорий альтруизма.

Власть. Множество определений власти и властного поведения. Основные признаки такого поведения. Проблема морали и власти. Аргументы в пользу морального оправдания и осуждения стремления человека к власти. Объяснение происхождения мотива власти или стремления к власти по А. Адлеру. Биологическая точка зрения на происхождение потребности и стремления к власти.

Вражда и агрессивность. Вражда как альтернатива положительным (просоциальным) отношениям между людьми: дружбе, любви и альтруизму. Проблема «вечного» существования вражды и ее причины. Субъективные и объективные предпосылки вражды, их близость к причинам конфликтных отношений. Динамика возникновения и развития враждебных отношений. Агрессия как следствие враждебных отношений. Различные понимания и определения агрессии. Виды агрессии. Альтруистическая, вызванная страхом, индуцированная, смещенная, транзактная и территориальная агрессия. Общие нормы, в соответствии с которыми возникает и развивается транзактная агрессия. Мотивация агрессивного поведения. Биологические и социальные мотивы агрессивности. Аргументы сторонников социальной и биологической теорий агрессивности. Фрустрационная теория агрессии. Теория, основанная на социальном научении. Ритуальная теория агрессии. Противоречивость и совместимость различных объяснений (теорий) агрессии.

Беспомощность. Понятие о беспомощном поведении. Роль И. П. Павлова в открытии и описании беспомощного поведения. Вопросы, возникшие в связи с изучением беспомощного поведения человека и его мотивации. Основные причины беспомощного поведения. Социально-психологические и индивидуально-психологические причины беспомощности. Когнитивная и приобретенная беспомощность.

Одиночество. Проблема одиночества современного человека и его опасность. Отрицательные социально-психологические и индивидуально-психологические следствия одиночества. Условия возникновения и переживание одиночества. Типичные симптомы одиночества. Хроническое, ситуативное и преходящее одиночество. Психологическая и поведенческая характеристика одинокой личности. Гипотезы, объясняющие феномен одиночества на основе личностных свойств человека. Влияние представлений человека о себе и его самооценки на состояние одиночества. Социально-психологические причины одиночества. Способы психотерапевтической и психокоррекционной работы с одинокими людьми.

Аффилиация и привязанность

Тема человеческих взаимоотношений стала традиционной для социальной психологии. Как справедливо отмечает Г. М. Андреева, если социологи интересуются социальными отношениями, то для психологов представляют интерес отношения межличностные. Эти отношения, в свою очередь, могут выступать как деловые и как личные. Для психологии (в данном случае социальной) особый интерес представляют личные (мы их здесь условно называем персональными) взаимоотношения. Они интересны не только сами по себе, но и в связи с необходимостью глубже понять и лучше объяснить психологию человека как личности. Через систему личных взаимоотношений с другими людьми человек, кроме того, формируется как личность.

В свою очередь, личных взаимоотношений, складывающихся между людьми, довольно много, и все они нуждаются во внимании со стороны психологов. Традиционно в качестве объекта изучения в социальной психологии выступают взаимоотношения, определяемые понятиями аффилиация, привязанность, дружба, любовь, власть, вражда, беспомощность и одиночество.

Аффилиация стала одним из первых предметов специального исследования для социальных психологов. Существуют разные определения этого явления, но чаще всего она понимается как стремление человека к людям, связанное с желанием быть рядом с ними, общаться, быть принятым этими людьми, устанавливать и сохранять с ними добрые личные взаимоотношения.

Позитивно понимаемой аффилиации противостоит ее негативная интерпретация, которая выражается в желании и стремлении человека не контактировать с людьми, не устанавливать с ними личных взаимоотношений, находиться от них на значительной социально-психологической дистанции.

Позитивно понимаемая аффилиация иногда обозначается как «стремление к людям», а негативно определяемая — как «боязнь людей» или «боязнь быть отвергнутым (людьми)». Обе эти формы аффилиативного социального поведения считаются относительно независимыми друг от друга и фактически выступают как противоположно направленные. Доказано, что они действительно существуют как статистически не связанные друг с другом, однако, присутствуя в сознании и поведении одного и того же человека, они порождают в его психологии и поведении очевидный, трудноразрешимый конфликт.

В ходе исследований аффилиации, рассматриваемой с позиции устойчивой потребности, было установлено, что дети, родившиеся первыми

или являющиеся единственными в семье, имеют более сильно выраженную позитивную аффилиативную потребность, чем дети, родившиеся не первыми или же не являющиеся единственными в семье. Показано также, что аффилиация как потребность может конкурировать с другими социальными потребностями человека, например с потребностью достижения успехов или с потребностью власти. Наличие у человека двух таких сильных потребностей, например аффилиативной потребности и потребности достижения успехов, порождает внутренний конфликт, так как одновременно удовлетворять эти две несовместимые друг с другом потребности практически невозможно. Человек, стремящийся к достижению успехов, воспринимает других людей как потенциальных конкурентов, вступает в соревнование с ними, побеждает их, и это, естественно, негативно сказывается на его взаимоотношениях с этими людьми. Для того чтобы сохранить хорошие взаимоотношения с подобными соперниками, человек вынужден отказываться от конкуренции с ними или победы над ними.

Аффилиация и связанные с ней тенденции изучаются в основном у взрослых людей. Исследователей, однако, интересует происхождение, или генезис, данных мотивационных тенденций и, следовательно, аффилиации как формы социального поведения и его мотивации. В этом случае ученые обращаются к изучению аналогичного поведения у детей, полагая, что в соответствующих исследованиях они смогут найти ответы на интересующие их вопросы.

Формой детского социального поведения, близкой к аффилиации и обнаруживаемой уже на ранних стадиях онтогенеза, является поведение, обозначаемое термином «привязанность», которая определяется следующим образом. Привязанность, во-первых, может обозначать тесную эмоционально положительную связь между людьми, их взаимное влечение друг к другу, в результате которого они предпочитают общение между собой общению и контактам с другими людьми. В таком ее определении привязанность относится не только к детям, но и ко взрослым людям. Во-вторых, привязанность может пониматься как реальная эмоциональная связь, образуемая между ребенком и одним или обоими его родителями, а также между ребенком и другими взрослыми или старшими по возрасту людьми. К людям, к которым он привязан, ребенок предпочитает обращаться в трудные минуты жизни. Их он совершенно не боится и рядом с ними не испытывает никакого чувства страха. Если же чувство страха у него уже возникло, то в присутствии этих людей, к которым у него имеется привязанность, этот страх исчезает. Ребенок больше всего поддается влиянию людей, к которым более всего привязан, и именно им он всегда старается подражать. Будучи

в отдалении от этих людей, он испытывает чувство страха, беспокойства и тревоги.

Рассматривая привязанность как социально-психологическое явление, ученые выделили виды и стили привязанности. К основным видам привязанности относятся личная (непосредственная) и транзитивная (опосредствованная), надежная и ненадежная, привязанность по амбивалентно-сопротивляющемуся, дезорганизованному и избегающему типам.

Личная (непосредственная) привязанность — это особое предрасположение человека к кому-либо, преданность этому человеку, желание постоянно находиться рядом с ним, разделять его радости и печали, во всем ему помогать, готовность жертвовать собой, своими интересами ради данного человека. Транзитивная, или опосредствованная, — это привязанность к тому человеку, к которому, в свою очередь, привязан тот, к кому стремится или кому симпатизирует данный индивид.

Надежной называют разновидность личной эмоциональной привязанности к человеку, при которой данный человек использует заботящегося о нем человека как надежную опору, постоянно получает от него помощь и утешение (поддержку). Ненадежной называют привязанность одного человека к другому, при которой он не проявляет характерных, ярко выраженных положительных признаков привязанности. Существует соответственно три типа ненадежной привязанности — избегающий, амбивалентно-сопротивляющийся и дезорганизованный — которые мы кратко определим далее.

Привязанность по амбивалентно-сопротивляющемуся типу проявляется в том, что человек, находясь в состоянии дистресса, ищет или стремится к близости с заботящимся о нем человеком, но одновременно с этим сопротивляется оказанию поддержки и утешению со стороны этого человека. Такое поведение означает, что один человек или не доверяет другому, или не желает оказаться зависимым от него.

Привязанность по дезорганизованному типу представляет собой поведение, при котором человек демонстрирует сочетание двух типов привязанностей: избегающего и амбивалентно-сопротивляющегося. Иногда это происходит с явными проявлениями страха и неуверенности. Этот тип привязанности характеризуется внутренними конфликтами и противоречивым, непоследовательным поведением человека по отношению к объекту своей привязанности.

Привязанность по избегающему типу представляет собой вариант ненадежной привязанности, при которой человек сознательно, целенаправленно избегает людей, которые должны заботиться о нем, не ищет их поддержки и утешения. Так нередко поступают не только

взрослые люди, но и дети, претендующие на самостоятельность, независимость или несущие в себе обиду на того человека, к которому они раньше были привязаны.

Словосочетание «стили привязанности» обозначает типичные особенности поведения человека по отношению к тому, к кому он привязан и кому явно демонстрирует соответствующее поведение (привязанность). Этим же термином обозначают поведение другого человека, по отношению к которому переживается чувство привязанности. Следовательно, понятие «стили привязанности» относится к обоим людям, включенным в соответствующие отношения. Выделяется три характерных стиля привязанности.

1. *Стиль сближения.* Этот стиль отличает поведение людей, которые стремятся к установлению близких, интимных взаимоотношений, тесных личных контактов с теми людьми, к которым они привязаны. Данный стиль также характеризует поведение людей, которые чувствуют себя в психологической безопасности только в условиях наиболее близких взаимоотношений с другими людьми.
2. *Амбивалентно-сопротивляющийся стиль.* Он характеризуется тем, что оба человека, испытывающих чувство привязанности друг к другу, одновременно и стремятся, и опасаются близких взаимоотношений.
3. *Дезорганизованный (неустойчивый, непостоянный) стиль.* Его отличает отсутствие каких-либо стабильных, постоянных отношений между привязанными друг к другу людьми.

Дружба

Дружбу можно определить как очень близкие, эмоционально положительные взаимоотношения, основанные на взаимной открытости, полном доверии, общности интересов, преданности, постоянной готовности людей в любой момент прийти друг другу на помощь. Дружеские отношения всегда бескорыстны. В них люди получают удовольствие от того, чтобы доставлять приятное друг другу. Нельзя, однако, утверждать, что дружба представляет собой лишь такие взаимоотношения людей, задача которых состоит только в доставлении удовольствия от общения друг с другом. Дружба представляет собой многоцелевой и очень полезный для людей вид человеческих отношений.

Цели, которые преследует дружба, могут быть различными: деловыми или утилитарными; эмоциональными, связанными с удовольствием от общения с другом; рациональными, основанными на взаимном интеллектуальном обогащении друзей; нравственными,

ориентированными на взаимное моральное совершенствование. Все эти цели в реальной жизни сложным образом переплетаются, сочетаются и взаимно дополняют друг друга, а сама по себе дружба приобретает многоцелевую ориентацию.

Для дружеских отношений характерно глубокое взаимопонимание людей. Психологически это означает возможность общаться друг с другом практически без слов, в основном при помощи жестов, мимики и пантомимики, воспринимать и хорошо понимать друг друга на основе едва уловимых движений и модуляций голоса, понятных только друзьям, но не воспринимаемых окружающими людьми. Давние друзья могут заранее предсказывать реакции и поведение друг друга в различных жизненных ситуациях, вплоть до определения хода мыслей, которые приходят в голову другу по поводу того или иного жизненного эпизода.

Дружба занимает промежуточное положение между двумя другими видами человеческих отношений: знакомством и любовью. От первого дружба отличается тем, что носит более интимный характер и гораздо глубже простого знакомства или приятельства. От любви дружба отличается, напротив, меньшей интимностью и большей рассудочностью, более строгими, нормативно и ритуально определенными правилами поведения в отношении друг друга.

Нормы и правила, которыми руководствуются люди в своих дружеских отношениях, — это равноправие, уважение, способность и умение понять друг друга, готовность всегда прийти на помощь, доверие и преданность. Нарушение любого из них ведет к разрушению дружбы, в то время как в интимных отношениях типа любви люди могут прощать друг другу подобные нарушения личных взаимоотношений ради сохранения связывающих их более глубоких чувств.

Друзья делятся друг с другом новостями преимущественно личного характера или выражают собственное мнение по поводу того, что происходит вокруг, причем это мнение, как правило, также бывает глубоко личным. Темы для разговоров друзей обычно выбираются такие, которые интересны и значимы для каждого из них. Этим, в частности, содержание общения друзей отличается от общения просто знакомых или приятелей.

В межличностном общении друзья сохраняют особую деликатность, заботясь о том, чтобы не обидеть, не задеть друг друга неосторожно сказанными словами, непреднамеренными действиями. Такое общение можно назвать заботливым, оно ориентировано на эмоциональную поддержку друг друга. Настоящие друзья поддерживают друг друга не только эмоционально, но и другими доступными для них способами,

причем такая поддержка всегда является бескорыстной, то есть идет от души.

В индивидуальной жизни человека дружба возникает как закономерное явление. Появляется она в раннем юношеском возрасте тогда, когда у растущего человека возникают первые проблемы и вопросы сугубо личного характера — такие, в которых он самостоятельно не в состоянии разобраться.

Вначале отношения между людьми носят характер товарищества или приятельства, а затем постепенно трансформируются в подлинно дружеские взаимоотношения. Для того чтобы стать полноправным участником таких взаимоотношений, человек как личность должен созреть нравственно и интеллектуально. Это происходит примерно к 15–16 годам, когда дружеские взаимоотношения впервые проявляются в полном объеме. Затем, спустя год или два, они начинают дифференцироваться и от них отделяются еще более близкие отношения любви. При этом, однако, дружба не умирает, она продолжает жить и развиваться по своим, независимым законам, сохраняясь иногда в течение всей жизни человека.

Если у юношей и девушек дружба содержательно ограничена общением по поводу сравнительно простых личных и деловых вопросов (например, общие увлечения), то у взрослых людей дружеские связи обогащаются совместными профессиональными занятиями. Друзьями в старшем возрасте часто становятся коллеги по работе, которые, кроме общности личностных и интеллектуальных качеств, обладают еще и общностью профессиональных целей и намерений.

С возрастом и с повышением уровня психологического развития человека меняются не только содержание, но и формы дружеских связей. От общения на личные темы друзья переходят к совместной продуктивной деятельности, включая творческую работу. В истории науки, литературы, искусства, экономики и политики известно немало примеров того, как друзья сохраняли свои отношения и переносили их в сферу общей профессиональной деятельности.

Многие ученые интересовались вопросом о том, почему людей влечет друг другу, по какой причине они стремятся устанавливать между собой дружеские взаимоотношения. Изучался также вопрос о том, какими могут быть отрицательные следствия утраты близких, в частности дружеских, взаимоотношений. В одном из исследований, проведенных на эту тему, было показано, например, что состояние здоровья тех людей, которые являются одинокими или не имеют друзей, как правило, хуже, чем состояние здоровья людей, сохранивших дружеские связи с окружающими людьми. Тот, кто несет свое горе и болезнь

в одиночестве, имеет больше проблем со здоровьем, чем те, у кого есть возможность выговориться, излить свою душу, поделиться переживаниями с другом. Давно замечено, что в условиях так называемых индивидуалистических культур, к которым, например, принадлежит современная американская культура, растет число психогенных заболеваний по сравнению с коллективистическими культурами, где люди больше заботятся друг о друге и в большей степени несут ответственность друг за друга. Более тесные социальные связи между людьми в культурах, построенных на коллективистической основе, — такой традицией является российская культура, которая в последние годы, к сожалению, была существенно деформирована проникшими в нашу страну из-за рубежа индивидуалистическими тенденциями, — обеспечивают людям поддержку и защиту со стороны общества, в частности защиту от одиночества и отчуждения.

Те, кто включен в тесные дружеские связи с другими людьми, лучше справляются со стрессами, в том числе с переживаниями по поводу тяжелых жизненных утрат. Люди считают себя более благополучными, если друзья и близкие проявляют постоянный интерес к их личной жизни, поддерживают их, заботятся о них, предлагают им свою помощь. На вопрос о том, что им необходимо для счастья, большинство людей называют друзей и хорошие взаимоотношения с людьми. Существование тесных, испытанных временем хороших личных взаимоотношений с окружающими людьми повышает жизнеспособность индивида.

Любовь

Если дружба — это первый акт душевного сближения людей, то любовь — заключительный акт, составляющий вершину человеческой интимности. Любовь — это не только чувство, но и способность любить другого человека, а также возможность быть любимым. Она требует усилия и старания, конечную цель приложения которых можно выразить одним словом — самосовершенствование, то есть поднятие себя до высот достоинства любви, до способности дарить ее другим. Это также искусство, которому надо учиться и в котором необходимо постоянно совершенствоваться.

Любовь — такой вид отношений между людьми, который не допускает господства одного человека над другим или беспрекословного подчинения одного другому. В любви обе стороны равны, одна не жертвует собой ради другой, а каждая, ничего не теряя, только приобретает. Люди в этом типе отношений не остаются разделенными так, как это бывает в отношениях вражды и одиночества. Вместе они составляют

неразделимое целое, каждая сторона или часть которого служит условием и важнейшей предпосылкой для совершенствования другой.

Отдавая в любви свою жизненную силу и энергию другому существу, человек делит с ним свою радость, увеличивая ее, расширяя свое понимание мира, обогащая личный кругозор, свой опыт, знания и переживания, которые вместе составляют его духовное богатство. В любви человек отдает, чтобы получать, и получает, чтобы отдавать. Настоящая любовь вызывает в человеке взрыв ответной энергии, обратно направленные движения душевной щедрости.

Любовь предполагает заботу о другом человеке, заинтересованность в улучшении его жизни и развития. Где нет этого, там не может быть и настоящей любви. Любовь — это милосердие и ответственность любящего за любимое существо. Это и уважение к нему, и активное проникновение в него с целью познания, но без нарушения права иметь тайны и оставаться личностью. Страстное познание другого в любви отличается от бездумного созерцания и безразличного мышления, используемого как бездушное средство познания мира. Это познание путем духовного сближения, идентификации с любимым человеком, переживания своеобразного психологического тождества с ним.

Человек, глубоко и по-настоящему любящий кого-то, не может любить только его одного. Его любовь свои благодатные качества распространяет на других окружающих людей. Любящий, лично обогащенный этим чувством, избыток его дарит другим людям в виде доброты и сердечности, отзывчивости и человечности. Существует несколько видов любви: братская, материнская, эротическая, любовь человека к самому себе и к Богу.

Братская — это любовь между равными, одинаково распространяемая человеком на всех близких ему людей. Материнская любовь — любовь сильного к слабому, защищенного к незащищенному, имущего к неимущему. Материнская любовь наиболее бескорыстна и открыта для всех.

Эротическая любовь — это любовь психофизиологического плана к единственному человеку, жаждущая полного слияния с ним и продолжения в потомстве. Этот вид любви, в отличие от двух предыдущих, является исключительным в том смысле, что требует предпочтительности, особого выделения любимого существа среди других ему подобных и особенного, исключительного к нему отношения.

Любовь человека к себе как ценность до недавнего времени находилась в полном пренебрежении в нашей научной литературе из-за господства идеологии, исключительно ориентированной на общественный идеал. Мнение о том, что любить других добродетельно, а любить самого себя грешно, до сих пор довольно широко распространено среди

многих людей. Но поставим следующий вопрос: может ли любить других человек, неспособный любить самого себя?

Ответ на него, очевидно, представляется отрицательным. С немалым количеством фактических доказательств этого утверждения мы встретимся, прочтя один из последних параграфов данной главы, посвященный одиночеству. Каждый человек — это такое же существо, как и окружающие его люди, и если он любит других, то почему же он не должен любить самого себя? Не может быть двух разных типов любви: к людям и к самому себе. Любовь — высокое чувство, или она есть, или ее нет. Известное библейское выражение «возлюби ближнего как самого себя» содержит в себе мысль о прямой зависимости между этими двумя сторонами всеобщей любви — к себе и к окружающим людям. «Любовь к другим и любовь к себе не составляют альтернативы», — пишет Э. Фромм. Напротив, установка на любовь к себе может быть обнаружена у всех, кто способен любить других.

Настоящая любовь к себе не бывает эгоистичной. От любви к себе эгоизм отличается тем, что при нем существует исключительная любовь к себе в ущерб такому же отношению к окружающим людям. Эгоистичный в любви человек желает только для самого себя всего того, что он должен отдавать людям. Кстати, и любовь к другому может приобретать форму эгоизма. Так, мать, беззаветно и бездумно любящая своего дитя, жертвует собой в угоду его эгоистическим устремлениям, лишает аналогичного чувства не только себя, но и окружающих людей. Как иначе, кроме эгоистической, можно назвать любовь такой матери к своему ребенку, которая в других людях не видит чьих-то детей?

Форма любви, которая называется любовью к Богу, в самом широком, социально-психологическом смысле слова является универсальной и всеобщей, вбирает в себя все другие виды любви, в том числе описанные выше, поскольку Бог в душе верующего означает высшую добродетель. Невозможно верить в Бога и не любить человека — его главное творение, равно как и обратное: любить — значит верить в высшую добродетель и в меру своих жизненных сил и возможностей стараться на деле ее реализовать в своем отношении к людям и к самому себе. Бог выступает как символ и воплощение принципов добра, справедливости, истины и любви, поэтому понятно появление у человека аналогичного чувства к нему.

Кроме перечисленных, можно выделить и описать разновидности любви, включающие отношение любящих людей к своим близким, прежде всего к матери и отцу. Когда такая любовь приобретает крайние формы, лишаящие любви других людей, то она превращается в псевдолюбовь. Один ее вид Э. Фромм назвал невротической лю-

ловью. В этом случае оба «любовника» оказываются больше привязанными не друг к другу, а к своим родителям. Став взрослыми, они переносят эмоционально более сильное отношение к родителям на друга или подругу, видя в них не самоценных личностей, а только воплощение черт своих родителей, которые рассматриваются в качестве идеала. Но поскольку идеал может быть только один и копия никогда не сравнится с оригиналом, то и любовь к другому человеку оказывается всегда слабее любви к родителю.

Вариантом невротической любви, центрированной на родителях, является исключительно матерински или отцовски ориентированная любовь. Матерински ориентированные мужчины, например, в своих любовных отношениях часто остаются детьми и от женщины так же, как и от матери, жаждут материнской любви. Они бывают мягкими, добрыми, нежными и обаятельными, но вместе с тем беспомощными и безвольными. Их отношение к женщине остается поверхностным и безответственным, а цель — скорее быть любимым, а не любить. Если женщина не всегда восхищается таким мужчиной, если она делает попытки жить своей жизнью, если она хочет быть любимой и окруженной вниманием и не согласна прощать ему любовные дела с другой женщиной, то мужчина чувствует себя глубоко задетым и разочарованным (Э. Фромм). Такой мужчина ищет женщину, похожую на мать, и, найдя ее, становится счастливым, так и не выходя из возраста ребенка до конца своих дней.

Отцовски ориентированная любовь чаще всего встречается у женщин, которые сами в детстве были очень привязаны к своим отцам. Став взрослыми, они стараются найти такого мужчину, в котором воплотились бы лучшие черты отца, и обычно крепко привязываются к нему. Женщина, отцовски ориентированная, бывает счастлива с мужем, который заботится о ней, как о ребенке.

Еще одна разновидность псевдолюбви — фанатичная любовь к кумиру. Из любви равноправной она превращается в самоуничтожающую, в любовь-поклонение, в любовь-обожествление. Человек, любящий так другого человека, утрачивает себя как личность, теряет, вместо того чтобы приобретать. Это уже не любовь в описанном выше, высоком смысле этого слова, а идолопоклонничество.

Наконец, к категории псевдоглубоких любовных межличностных чувств может быть отнесена сентиментальная любовь. Здесь на первый план выходит поверхностное, ритуальное ухаживание, театральное поведение с эпизодами мелодрамы. Тех, кто реализует такую любовь, на самом деле не характеризует сколько-нибудь глубокое чувство к любимому человеку. Они скорее заняты самолюбованием, самими

собой, чем проявлением чувства любви к другому человеку, на которое они, вероятно, вообще не способны.

Замечено, что два человека влюбляются друг в друга тогда, когда находят друг в друге воплощение идеала. Правда, иногда такое идеальное видение бывает односторонним, и в этом случае появляется так называемая неразделенная любовь. Правда также и то, что идеальные черты далеко не всегда с самого начала видны друг другу, а иногда то, что видится, на самом деле может быть иллюзией. «Привлекательность, — пишет Э. Фромм, — означает красивую упаковку свойств, которые престижны и искомы на личностном рынке».

Идеальное представление о наиболее желаемом объекте любви — явление историческое. Время от времени, в зависимости от состояния и уровня развития общества, оно меняется. Так, в средние века, а отчасти и в более позднее время, вплоть до середины XIX века, таким идеалом в мужском воплощении являлся рыцарь, а в женском — нежное, романтическое и преданное сердце. С конца XIX и до середины XX века в мужском идеальном образе ценились честолюбие, сила, агрессивность, а в женском — свобода поведения, кокетство и сексуальность. С середины текущего столетия идеалом мужчины начал постепенно становиться деловой, энергичный, терпимый, эрудированный, общительный и добрый человек, а идеалом женщины — примерно такая же личность, дополнительно обладающая еще парой достоинств: скромностью и деловитостью.

Любовь, начинающаяся с сексуального влечения или основанная только на нем, почти никогда не бывает прочной. Она недолговечна потому, что в ней нет настоящего высокого чувства и всего того, о чем говорилось в начале этого параграфа. Сексуальное влечение может стать фактором, скрепляющим любовь, но только при ее наличии. Без любви сексуальный акт создает видимость соединения людей, на самом деле разделенных бездной незнания друг друга. Этот акт, говоря словами Э. Фромма, «не в состоянии перекинуть мост над пропастью, психологически разделяющей людей». Такой акт исключительно чувственен, а настоящая любовь сердечна и рассудочна; он отключает разум, а любовь сознательна; он временный, а любовь вечная.

Альтруизм

Альтруизм в его самом кратком и точном определении — это бескорыстное оказание помощи людям. Альтруист помогает другим людям всегда, в том числе тогда, когда ничего не получает взамен и даже сам может пострадать из-за оказания помощи людям. Исполненный чув-

ства сострадания к людям, он может отдать свое совершенно незнакомому человеку, не ожидая ни благодарности, ни вознаграждения.

Социальные психологи давно пытаются понять природу альтруистического поведения, по-разному отвечая на вопрос о том, что побуждает людей вести себя альтруистически. Тот или иной конкретный ответ на данный вопрос, как показывает практика, зависит от индивидуальных психологических особенностей того ученого, который этот ответ предлагает. Если сам он как человек убежден в том, что люди никогда и ничего не делают даром или просто так, не рассчитывая на определенную выгоду (она также может пониматься по-разному, как идеалистически, так и материалистически), то в объяснениях альтруистического поведения такой ученый обязательно ищет и находит какую-то «выгоду». Если он сам представляет собой по-настоящему альтруистическую личность, то соответственно объясняет подобное поведение других людей, подчеркивая отсутствие в нем и в его мотивации какой-либо выгоды.

В отношении альтруизма, понимаемого в качестве мотива социального поведения, сложились две противоположные точки зрения: биологическая и социальная. Биологическая точка зрения на происхождение альтруизма заключается в том, что он как потребность и форма поведения считается врожденным, унаследованным человеком от животных. Эта точка зрения обосновывается тем, что не только у человека, но и у животных, особенно высших, можно наблюдать случаи заботы друг о друге и оказания помощи друг другу. Кроме того, у детей довольно рано можно заметить альтруистические тенденции в поведении, и этот факт рассматривается также как косвенное подтверждение врожденного происхождения альтруизма.

Не менее убедительными представляются, однако, и доказательства социального происхождения данного мотива и соответствующей ему формы поведения. Они сводятся к следующему. Если, например, взрослые люди в общении с детьми часто проявляют альтруизм, то и дети, подражая им, начинают демонстрировать его. Замечено, что альтруизм родителей нередко сочетается с проявлениями альтруизма у их детей, и наоборот, отсутствие альтруистического поведения у родителей часто сопровождается отсутствием его и у детей.

Все теории социального происхождения альтруизма делятся на две основные группы: «корыстные» и «бескорыстные». В первых утверждается, что за любым альтруистическим поведением лежит открытая или скрытая, осознаваемая или неосознаваемая людьми выгода, которую из него стремятся извлечь. Во вторых теориях содержится мысль о том, что за альтруистическим поведением никакой личной выгоды

для человека не содержится, что оно всегда бескорыстно. Предлагаются следующие варианты «корыстного» объяснения альтруистического поведения.

1. *Теория социального обмена.* Согласно этой теории любое взаимодействие и любые взаимоотношения людей в обществе управляются так называемой «социальной экономикой». Альтруизм — это, по мнению сторонников данной теории, обмен психологическими «услугами» между людьми: признанием, любовью, уважением, расположением и т. п. Поступая альтруистически, человек это делает расчетливо — надеясь на такие же ответные отношения. Он, однако, организует свои альтруистические действия таким образом, что ему удастся «заплатить меньше», а «получить взамен больше».
2. *Теория замаскированного эгоизма.* В этой теории утверждается, что люди проявляют альтруизм, чтобы получить самоудовлетворение, гордиться собой, заслужить расположение тех, кому они оказывают помощь, повысить самооценку, укрепить чувство собственного достоинства или удовлетворить иные, сугубо личные потребности.

Альтернативу этим теориям составляют объяснения, где не подчеркивается выгода, извлекаемая альтруистом для себя, или рассматриваются случаи, когда человек никак не может объяснить свое альтруистическое поведение. Примеры таких «бескорыстных» теорий следующие.

1. *Теория эмпатии.* В данной теории содержится мысль о том, что альтруистическим поведением руководит естественная способность человека сочувствовать и сопереживать людям. Такое чувство всегда возникает у человека, если он видит, как страдают другие люди, и этого вполне достаточно для проявления альтруистического поведения.
2. *Социально-нормативная теория.* Согласно этой теории люди ведут себя альтруистично по той причине, что они усвоили социальную норму, которая предписывает всем людям всегда вести себя подобным образом. В качестве такой нормы могут выступать, например, предписания верующим, содержащиеся в том или ином религиозном учении, или норма социальной ответственности, входящая в состав ценностей соответствующего общества.

Наряду с описанными выше объяснениями, существует и эволюционно-биологическое объяснение альтруизма. Оно исходит из предположения, что склонность к альтруистическому поведению заложена в генетической программе развития не только человека, но и многих, прежде всего высших, животных. Сторонники этой теории, наблюдая поведение зверей, направленное на оказание помощи себе подобным,

делают вывод о том, что альтруистическое поведение имеет биологическую основу, что в его основе лежит инстинктивное стремление к поддержанию и сохранению рода: «Наши гены заставляют нас заботиться о тех, с кем мы имеем кровное родство»¹.

Соответственно существует и ситуационное объяснение альтруизма, то есть ситуационная теория альтруизма. Обсуждая вопрос о ситуационных влияниях на проявление альтруизма, ученые выделяют следующие факторы:

- присутствие или отсутствие других людей в момент реализации альтруистического поведения;
- реакции значимых людей на свое поведение;
- принятие человеком на себя ответственности в случае отказа в оказании помощи другому человеку;
- подражание другим людям;
- сходство или отличие человека от тех людей, кому он оказывает помощь;
- гендерный фактор;
- возрастной фактор;
- собственное психологическое состояние человека в данный момент времени;
- индивидуальные особенности человека;
- отношение человека к религии.

В присутствии других людей, которые являются свидетелями его поступка, человек будет более склонен вести себя альтруистически, чем в анонимной ситуации, когда никто за ним не наблюдает. Это объясняется стремлением человека хорошо выглядеть в глазах окружающих его людей. Если за человеком наблюдают значимые для него люди, чьим личным расположением он особенно дорожит и кто сам ценит альтруизм, человек будет еще более склонен к проявлению альтруизма, чем в описанном выше случае. Если возникает опасность того, что, отказав в помощи другому человеку, индивид будет нести за это персональную ответственность, например ответственность по закону, то он, естественно, будет склонен проявлять альтруизм, хотя и не по своему желанию или убеждению.

Маленькие дети обычно проявляют альтруизм, просто подражая взрослым людям и другим детям, и это происходит задолго до того времени, когда они осознают необходимость вести себя подобным

¹ Майерс Д. Социальная психология. — СПб., 1997. — С. 597.

образом даже в том случае, если другие люди ведут себя иначе. Следствием простого подражания альтруизм может стать в группе или в толпе, когда другие люди, окружающие данного человека, ведут себя альтруистически.

Замечено, что мы не только проявляем симпатии в отношении тех людей, кто на нас похож, но и в большей степени стремимся помогать именно таким людям. В данном случае альтруистическое поведение управляется соответственно сходством или отличием тех, кому мы помогаем, от нас самих.

В большинстве современных культур принято считать мужчин сильным, а женщин — слабым полом. Такое отношение к людям разного пола предписывает мужчине оказывать помощь женщине во всех ситуациях, где речь идет о недостатке физических усилий или об оказании чисто физической помощи. Поэтому нормы культуры предписывают мужчинам в подобных социальных ситуациях вести себя альтруистически по отношению к женщине. Если же ситуация такова, что мужчине не требуется женская помощь, то подобным образом ведут себя женщины. Это — мотивация альтруизма, основанная на гендерных различиях.

Аналогично обстоит дело в тех случаях, когда необходимо оказать помощь человеку определенного возраста. Признано, что дети и пожилые люди больше нуждаются в помощи, чем люди среднего возраста. Поэтому в отношении этих двух возрастных категорий людей проявляется больше альтруизма, чем в отношении взрослых людей, которые способны сами себе помочь.

Все три оставшихся фактора (собственное психологическое состояние человека в данный момент времени; индивидуальные особенности человека; отношение человека к религии) имеют отношение к индивидуальным особенностям человека, проявляющего альтруизм. Следовательно, объясняя альтруистическое поведение, необходимо принимать во внимание состояние (настроение) как того, кто проявляет альтруизм, так и того, кто принимает альтруистическую помощь. Имеются личностные свойства, которые способствуют или препятствуют проявлениям альтруизма. Содействуют такому поведению, например, эмпатия, доброта, ответственность, порядочность, а мешают эгоизм, агрессивность, черствость и безразличие к людям.

Все эти теории, строго говоря, альтернативными не являются и взаимно дополняют друг друга. Люди в разных ситуациях будут, наверное, руководствоваться различными соображениями, проявляя альтруизм, причем, скорее всего, не одним, а сразу несколькими соображениями одновременно. Те мотивы альтруистического поведения, которые предпочтет человек, будут также зависеть и от его собственных индивиду-

льных особенностей. Следовательно, разрабатывая теории альтруизма, необходимо включать в них и личностную составляющую, и анализ ситуации, в которой человек проявляет альтруистическое поведение.

Власть

Существует немало различных определений мотива власти, но во всех этих определениях подчеркивается внутреннее желание и стремление человека, обладающего мотивом власти, контролировать то, что происходит вокруг него, управлять соответствующими событиями и их участниками. Другими словами, мотив власти выражается в явном желании человека руководить, управлять, повелевать, распоряжаться людьми, контролировать их поведение, решать за них их судьбу.

Люди, имеющие сильно выраженный мотив власти, сами активно стремятся к власти, получают видимое удовольствие от того, что имеют власть над другими и практически ею пользуются. Такие люди всегда стараются занимать руководящие посты, являются активными участниками различных политических движений и общественных организаций, причем, участвуя в их деятельности, обычно не довольствуются ролью рядовых членов, а стремятся возглавить соответствующее движение или организацию. В социальных группах и коллективах, к которым эти люди принадлежат, они стремятся стать лидерами и сохранить за собой это положение.

Есть, однако, различные мнения о ценности (моральной оправданности) наличия или отсутствия у человека мотива власти, его стремления получить и удержать власть над другими людьми. Одни ученые относятся к наличию у человека такого мотива более или менее нейтрально, считая, что мотив власти сам по себе не характеризует человека ни как хорошего, ни как плохого, ни как морального, ни как аморального. Они считают, что все дело в том, для чего и каким образом данный человек стремится получить и сохранить в своих руках власть, как он ею намерен распорядиться или реально распоряжается. Если выясняется, например, что власть человеку необходима только для того, чтобы удовлетворять свои амбиции или извлечь из обладания властью выгоду лично для себя, игнорируя интересы других людей, то такое стремление к власти вряд ли может стать морально оправданным. Однако если человек стремится к власти для того, чтобы, воспользовавшись ею, принести пользу другим людям — тем, кто от него зависит, то такое стремление представляется морально оправданным.

Имеется, однако, и иная, более жесткая, бескомпромиссная и однозначно негативная точка зрения по данному вопросу. Дело в том, что

ярко выраженный мотив власти как мотив социального поведения часто обнаруживается у тех людей, которых характеризуют как авторитарных личностей. Такая личность не просто стремится к власти, но старается приобрести ее и воспользоваться ею для того, чтобы подавить и эксплуатировать других людей. Если это так, то вопроса о том, оправдан или не оправдан данный мотив в моральном плане, не возникает: очевидно, что в данном случае это будет характеризовать личность как аморальную.

У некоторых детей и взрослых людей мотив власти может превратиться в устойчивую черту личности и сочетаться в структуре личности с жестоким обращением с людьми, зависимыми от данного человека, более слабыми, чем он сам, вынужденными в силу сложившихся обстоятельств подчиняться ему. Поскольку склонность к авторитаризму некоторыми западными и американскими учеными, особенно после окончания Второй мировой войны, определенно связывалась со склонностью к фашистской идеологии, постольку и стремление к власти как мотив ими рассматривалось как негативная и крайне нежелательная черта личности.

Впервые на существование у человека мотива власти как отдельной потребности обратили внимание А. Адлер, Э. Фромм, Г. Меррей, Д. Верофф. А. Адлером этот мотив был объявлен одним из главных мотивов человеческого социального поведения вообще. Стремление и получение власти над людьми, по Адлеру, особенно выражено у тех, кто имеет комплекс неполноценности. Использование власти, по Адлеру, способно нейтрализовать, устранить этот комплекс. Человек, получивший власть над теми, по отношению к кому он раньше испытывал комплекс неполноценности, избавляется от него, так как теперь он этих людей явно превосходит и не он, а они должны ему завидовать.

Этологи и зоопсихологи полагают, что мотив власти имеет свой аналог среди животных и проявляется в форме стремления и борьбы животных за то, чтобы стать вожаком в стаде. С точки зрения некоторых этологов, этот мотив является врожденной потребностью и, более того, может играть положительную роль в борьбе за существование и выживание наиболее приспособленных к жизни живых существ. Такой позиции придерживался, например, К. Лоренц.

Вражда и агрессивность

Рассуждения о природе и проявлениях вражды и агрессивности в настоящей главе не случайно следуют за рассуждениями о дружбе, любви и альтруизме (проблема власти остается как бы в стороне от этих

рассуждений из-за двойственной моральной оценки такого стремления у людей). Во-первых, эти отношения действительно являются антиподами, во-вторых, вражда и агрессивность нередко возникают на основе вырождения дружеских и других несложившихся отношений между людьми (Б. Спиноза), в-третьих, дружба, любовь, альтруизм с одной стороны, вражда и агрессивность с другой стороны находятся как бы на разных полюсах одного и того же континуума человеческих отношений, в центре которого (или, возможно, в стороне от него) располагается стремление к власти.

Отношения типа вражды и агрессивности можно определить как проникнутые взаимной неприязнью и ненавистью людей. Эти отношения, как показывает длительная история существования человеческого общества, являются столь же «вечными», как и отмеченные выше положительные взаимоотношения типа дружбы, любви и альтруизма. Почему же вражда и агрессивность между людьми существовали, существуют и, наверное, долго будут еще существовать?

Прежде всего, наверное, потому, что интересы людей существенно различны, а их потребности могут оказаться несовместимыми и зачастую могут быть удовлетворены только за счет нарушения или пренебрежения интересами и потребностями других людей. Кроме того, вражду может порождать и социальное неравенство людей, которое большинство из них рассматривает как несправедливое. К примеру, тот, кто имеет от жизни больше, вызывал и, вероятно, всегда будет вызывать у неимущих людей чувство зависти. От этого чувства большинству людей вряд ли когда-либо удастся полностью избавиться.

История человеческих отношений и страстей, наглядно и красочно представленная нам писателями и философами, убедительно свидетельствует о том, что люди, какими они были сотни лет тому назад, такими остаются и сейчас. Описание человеческих страстей, порождаемой ими вражды в произведениях Шекспира как две капли воды похоже на страсти и враждебные отношения современных людей. Новейшая история и современность демонстрируют не меньше вражды, чем семьдесят, сто, двести и более лет тому назад. Все это говорит о том, что существуют, наверное, трудноустраняемые, не всегда подвластные людям причины проявления между ними неприязни, вражды и ненависти.

Среди этих причин можно назвать не только объективные, но и субъективные факторы. Главный объективный фактор — несовместимость интересов людей, обусловленная тем, что во многих случаях жизни одни невольно становятся причиной нарушения интересов и неудовлетворения потребностей других, по данной причине вызывают спровоцированные или неспровоцированные враждебные действия противников

и сами отвечают на них. Один из субъективных факторов вражды — интеллектуальные и личностные индивидуальные различия людей, которые зачастую ведут к непониманию друг друга. Вообще же причины вражды оказываются теми же, которые ведут к конфликтам (эти отношения будут нами рассматриваться в одной из следующих глав учебника).

Возникновение и развитие враждебных отношений имеет свои законы и динамику. Обычно в качестве начального этапа появления межличностной неприязни людей выступают их индивидуальные различия и несовместимость интересов. Если их влияние на межличностные отношения каким-то образом не блокировано, то рано или поздно исходное противоречие породит конфликт и вызовет со стороны одного или обоих вовлеченных в него индивидов открытую неприязнь, способную превратиться во вражду. Возникшая таким образом вражда всякий раз будет вызывать у одного человека бессознательную установку на противодействие оппоненту. В результате поведение этого человека в отношении другого с самого начала оказывается направленным на то, чтобы доставить тому неприятности.

Вражда между людьми, если она уже возникла, становится трудноустранимой, так как связанные с ней отрицательные эмоциональные и мотивационные установки являются устойчивыми, возникают автоматически и с трудом контролируются сознанием. Это, однако, не значит, что враждебные отношения между людьми невозможно устранить, это лишь означает, что их легче предупредить, чем изменить тогда, когда они уже возникли.

В современной научной литературе чаще, чем термин «вражда», используется понятие «агрессивность». В человеческих отношениях, которые обсуждаются в данной главе, эти слова означают примерно одно и то же, поэтому краткое знакомство с тем, каким образом ставится и решается в психологии проблема агрессивности, поможет нам разобраться и в вопросе о враждебных отношениях между людьми.

Агрессивность выражается в сознательном или бессознательном стремлении человека нанести кому-либо или чему-либо вред, уничтожить, разрушить. Агрессивностью не называется вынужденная, ответная защитная реакция на угрозу или совершение наносящих вред действий в отношении того человека, который сам агрессивно ведет себя по отношению к другим людям. Агрессивным называют человека, который проявляет невынужденную, неслучайную, морально не оправданную, не вызванную объективными обстоятельствами, например необходимостью самообороны или защиты других людей, склонность нападать на людей, оскорблять их словом и делом.

Агрессивность может порождаться различными причинами. Среди них — неправильное воспитание, напряженное и постоянно раздраженное психическое состояние человека, неблагополучный личный опыт жизни, частые фрустрации, повышенная активность так называемого биологического центра агрессивности, существующего в мозге (о нем будет несколько слов сказано ниже), и рядом других причин. В связи с множеством возможных причин агрессивности до сих пор не существует единой теории происхождения агрессивности.

Объектом агрессивного поведения человека может оказаться он сам, и тогда враждебные действия называют аутоагрессией. Его агрессивные действия могут быть направленными на других людей, и в этом случае чаще всего используют термин «агрессия». Различают также враждебную агрессию и так называемую инструментальную агрессию. Враждебная агрессия проявляется в том, что связанные с ней действия и высказывания человека преследуют цель причинения кому-либо вреда (предполагается, что другого мотива у подобных агрессивных действий нет). Инструментальной называют агрессию, которая не является самоцелью и выступает как средство достижения какой-либо иной цели. Если, например, один человек стремится к чему-либо, а кто-то другой препятствует ему в достижении этой цели, то агрессивные действия, совершаемые в отношении того, кто стоит на пути к цели, будут рассматриваться как инструментальные. Если же конечная цель действий человека состоит непосредственно в том, чтобы причинить вред другому человеку, то такие действия подходят под определение враждебной агрессии.

В психологических словарях называются и другие виды агрессии: альтруистическая, вызванная страхом, индуцированная, смещенная, транзактная, территориальная. Дадим и им краткие определения.

Альтруистическая агрессия представляет собой агрессивные действия, предпринимаемые «из благих побуждений», например в защиту других людей (скажем, агрессивные действия матери в защиту своего ребенка). Агрессия, вызванная страхом, представляет собой агрессивные действия, порожденные чувством страха и стремлением избавиться от него. Индуцированной (спровоцированной) называют искусственно, преднамеренно вызванную агрессию. Смещенная агрессия представляет собой агрессивные действия, направленные против лица или объекта, которые не являются первопричинами возникновения агрессивного поведения. Транзактной называют агрессию, возникающую и усиливающуюся в результате непрерывной последовательности активных и взаимно подкрепляющих друг друга насильственных (агрессивных) действий людей, которые они совершают в отношении

друг друга (агрессивные акты в данном случае выступают в качестве реакции на проявление агрессивности со стороны партнера). Если никто из взаимодействующих таким образом людей не останавливается и не прерывает по собственной инициативе цепь взаимно направленных агрессивных действий, то они продолжают достаточно долго и могут до предела обострить отношения между людьми.

Установлено, что трансактная агрессия возникает и развивается по следующим общим правилам (в следующей типичной последовательности):

- вначале люди провоцируют друг друга на агрессивные действия;
- затем кто-то из них не выдерживает и первым проявляет агрессивность в отношении партнера;
- этот партнер, в свою очередь, отвечает агрессору-провокатору тем же, то есть ответными агрессивными действиями;
- после этого происходит быстрая эскалация агрессии, и возникает прямая конфронтация (конфликт) взаимодействующих сторон, которая ведет к дальнейшему усилению агрессии;
- трансактную агрессию может еще более усилить последовавшая за этим фрустрация любого партнера по взаимодействию, например какой-либо предмет или человек, который в данный момент времени случайно окажется на его пути и помешает ему добиться поставленной цели.

Территориальной называют агрессию, цель которой состоит в защите территории живого существа от посягательств на нее других живых существ (животных или человека). Речь идет о защите территории, которую, например, человек рассматривают как свою, как принадлежащую ему по праву.

Ученых интересовали не только проявления агрессии, но и возможные мотивы агрессивного поведения людей. Мотивация агрессивности, как выяснилось, может быть как биологической, так и социальной. Биологическая мотивация агрессивности предполагает наличие определенных генетических или органических предпосылок к проявлениям агрессивности — таких, которые заложены в организме, его строении и работе. Биологически мотивированные проявления агрессивности являются спонтанными и мало зависят от внешних, социальных, воздействий. Социальная мотивация агрессивности, напротив, связывает ее проявления с внешними факторами. Предполагается, что в этом случае проявление агрессивности человеком мало зависит от того, как устроен и функционирует его организм, а определяется тем, что происходит с ним и вокруг него в обществе.

В пользу биологической точки зрения на мотивацию агрессивности говорят следующие факты.

1. Агрессивность люди проявляют с древнейших времен. Она существовала всегда и продолжает существовать до сих пор, проявляясь в настоящее время даже в наиболее развитых в экономическом и социально-культурном отношениях странах.
2. Агрессивность проявляли и проявляют животные в борьбе за существование. Это наводит на мысль о том, что и человек унаследовал свои агрессивные действия в качестве инстинктов от животных.
3. Доказано, что в мозге человека и животных действительно существуют биологические структуры, стимуляция которых порождает спонтанное, внешне не спровоцированное агрессивное поведение (биологические «центры агрессивности»).

В пользу социальной точки зрения на происхождение мотивации агрессивности говорят следующие, не менее убедительные факты.

1. Путем воспитания можно сделать человека добрым, отзывчивым, внимательным к людям и животным, и такие, безусловно, воспитываемые, черты характера исключают агрессивное поведение.
2. Если детей в семье воспитывают так, что любые проявления агрессивности не только с их стороны, но и со стороны окружающих людей осуждаются, если в поведении окружающих людей дети не видят признаков агрессивности, то и сами они не вырастают агрессивными людьми.
3. Если, напротив, ребенка часто и жестоко наказывают, если вокруг себя он видит множество примеров проявления агрессивности, в том числе и в отношении его самого, то такой ребенок может вырасти агрессивным.
4. В некоторых теориях агрессивности ее возникновение связывают с фрустрацией, и сама агрессивность рассматривается как социально-психологическое следствие частого возникновения у человека такого состояния.

Особое внимание среди теорий социального происхождения агрессивности привлекла именно последняя, фрустрационная теория агрессии, предложенная американским ученым Д. Доллардом. Эта теория исходит из того, что фрустрация является обязательной предпосылкой агрессии, а агрессивность, в свою очередь, выступает в качестве ее неизбежного следствия. Другими словами, предполагается, что необходимым и достаточным условием возникновения агрессии является

фрустрация — состояние, которое возникает у человека, когда кто-либо или что-либо мешает ему добиться значимой для него цели.

Еще одна социальная теория агрессии, ставшая популярной в последней четверти XX века, исходит из концепции социального научения. Этой теории, в частности, придерживался А. Бандура, который утверждал, что агрессивное поведение приобретается человеком в результате научения. Такое научение может происходить в следующих случаях:

- когда человек убеждается в том, что агрессивные действия поощряются и поддерживаются значимыми для него людьми;
- когда он видит, что все люди вокруг ведут себя агрессивно, и убеждается в том, что агрессия является принятой всеми или большинством людей социальной нормой поведения;
- когда агрессивные действия провоцируются враждебным отношением к человеку со стороны других людей, и он приходит к выводу, что агрессия в данной ситуации является единственным способом самозащиты.

Среди еще не рассмотренных нами социально-психологических теорий следует упомянуть и так называемую ритуальную теорию агрессии. В этой теории агрессивное поведение человека представляется как ритуал, обычай, культурная традиция, проявляющиеся, например, в милитаризованных сообществах и в экстремистских организациях, связанных с жертвоприношением, строящих свои отношения с другими, не согласными с ними организациями и группами людей на силовой основе, считающих, кроме того, войны и силовую борьбу нормой человеческой жизни. В таких сообществах армия и другие силовые структуры считаются наиболее важными атрибутами государства и являются весьма популярными среди населения.

В действительности ни одна из рассмотренных выше теорий агрессии полностью и исчерпывающим образом ее не объясняет, так как во всех случаях, на которые опираются эти теории, из общего правила можно найти немало исключений. Например, справедливость биогенетической теории оспаривается указанием на то, что у всех людей по причине одинакового устройства их организма имеются биогенетические предпосылки к агрессивному поведению, но далеко не все люди ведут себя агрессивно. Недостаток фрустрационной теории заключается в наличии немало количества фактов, когда фрустрация не порождает агрессию. Правильность социальных теорий агрессии подвергается сомнению ссылками на то, что есть люди, которые не ведут себя агрессивно в тех социальных ситуациях, которые согласно данным теориям должны порождать агрессию. Вместе с тем нельзя не

признать, что в каждой из рассмотренных выше частных теорий агрессии содержится зерно истины.

Беспомощность

Впервые на беспомощное поведение, которое характерно не только для человека, но и для животных, обратил в свое время внимание И. П. Павлов, проводя эксперименты с собаками по формированию у них условных рефлексов. Он заметил, что если в течение длительного времени давать собаке, находящейся в станке на привязи, небольшие удары электрического тока, то через некоторое время она прекращает попытки вырваться из станка и не возобновляет их даже тогда, когда цепь, удерживающая ее в станке, снимается. Из этого наблюдения Павлов сделал вывод о том, что собака в данной ситуации ведет себя беспомощно, однако в его собственной лаборатории исследования беспомощного поведения не получили продолжения.

Социально-психологические исследования беспомощного поведения на людях возобновились в США спустя примерно двадцать лет после наблюдений, сделанных Павловым. В ходе соответствующих исследований ученые искали ответы на следующие частные вопросы.

- Что представляет собой беспомощность как социально-психологическое явление и какова ее мотивация?
- Каким образом, в силу каких причин у человека может возникать беспомощное поведение?
- Как такое поведение связано с конкретной ситуацией и с психологическими особенностями человека?
- Можно ли сделать так, чтобы беспомощный человек перестал быть беспомощным, сам активно искал и находил выходы из сложных жизненных ситуаций?

Было выяснено, что беспомощное поведение человека может появляться и проявляться у него по двум основным группам причин. Одна из этих групп связана с ситуацией, в которой оказался человек в данный момент времени, другая порождается его собственными, индивидуальными особенностями. В качестве ситуационных причин беспомощного поведения могут выступать, например, следующие:

- возникновение обстановки, в которой человек не в состоянии найти удовлетворительный выход из создавшегося положения дел;
- появление ситуации, в которой человек не может разобраться, хотя эта ситуация потенциально содержит в себе возможность выхода из нее;

- возникновение ситуации, которая уводит или отвлекает человека от правильного решения проблемы, заводя его в тупик;
- непредсказуемость и изменчивость самой ситуации, ее преобразование таким образом, что в ней оказывается трудно или вообще невозможно принять какое-либо определенное решение.

Установлено, что беспомощное поведение чаще всего возникает у человека тогда, когда на основе полученного (ранее приобретенного) опыта он убеждается в том, что предпринимаемые попытки самостоятельно выйти из сложившейся ситуации не привели к желаемому результату.

Одним из условий появления у человека беспомощного поведения также является то, что он исчерпал все способы решения возникшей проблемы, то есть тот случай, когда человек уже опробовал разные доступные ему способы действий в сложившейся ситуации, но так и не смог решить возникшую проблему.

Еще одним условием, способствующим беспомощному поведению, является не улучшение, а, напротив, ухудшение ситуации в результате предпринимаемых человеком действий. Тогда он приходит к выводу: лучше ждать и ничего не делать, чем еще раз и во вред себе пытаться решить возникшую проблему.

Помимо социально-психологических, есть и индивидуально-психологические причины беспомощности. Среди индивидуально-психологических детерминант беспомощного поведения учеными называются следующие:

- преобладание мотива избегания неудачи над мотивом достижения успехов;
- низкая самооценка и заниженный уровень притязаний;
- повышенная тревожность;
- неуверенность в себе;
- отсутствие желания и стремления найти выход из сложившейся ситуации;
- частые неудачи в прошлом в подобных или других ситуациях.

Беспомощность — это не единое по своей природе и проявлениям поведение. Существуют различные виды беспомощности. Основные из них — когнитивная и приобретенная беспомощность.

Когнитивная беспомощность обозначает психологическое состояние человека, возникающее в ситуации, где он имеет возможность для самостоятельного решения возникшей проблемы, для нахождения ее принципиального, хотя бы умственного решения, тем не менее почему-то не делает даже этого и по каким-то причинам не использует имеющиеся у него когнитивные возможности. Например, человек недооценивает

их, не уверен в себе, неправильно воспринимает сложившуюся обстановку или боится предпринять какие-либо активные действия.

Приобретенной называют такую беспомощность, которая представляет собой психологическое состояние, усвоенное человеком (или животным, как это было в экспериментах И. П. Павлова) в результате неблагоприятного жизненного опыта. Суть данного опыта заключается в том, что живой организм (человек или животное), неоднократно оказывавшийся ранее в сложной жизненной ситуации, несущей в себе неприятности, по тем или иным причинам был не в состоянии избежать или выйти из нее. Впоследствии в аналогичной ситуации животное или человек ведут себя беспомощно, не предпринимая попыток избежать угрозы.

Одиночество

Одной из серьезнейших социально-психологических проблем людей, живущих в современном мире, является одиночество. О его распространенности говорят следующие данные: не более 1–2 % опрошенных на эту тему психологами людей обычно утверждали, что никогда в жизни не испытывали чувства одиночества, в то время как примерно 10–30 % из них говорили, что переживали такое чувство хотя бы раз в жизни.

Представление об одиночестве связано с переживанием ситуаций, субъективно воспринимаемых как нежелательный, неприемлемый для человека дефицит общения и положительных отношений с окружающими людьми. Одиночеству не всегда сопутствует реальная социальная изолированность индивида. Можно постоянно находиться среди людей, контактировать с ними и вместе с тем чувствовать свою психологическую изолированность от них, то есть одиночество.

Одиночество — это тяжелое психическое состояние, сопровождающееся плохим настроением и тягостными эмоциональными переживаниями. Глубоко одинокие люди, как правило, несчастны. У них мало социальных контактов, их личные связи с другими людьми или ограничены, или разорваны.

Степень испытываемого человеком одиночества не связана с количеством лет, проведенных человеком вне непосредственных контактов с людьми. Например, многие люди всю жизнь живут одни и при этом чувствуют иногда себя менее одинокими, чем те, кому приходится жить среди других людей и постоянно общаться с ними. Одиноким также нельзя назвать человека, который, мало взаимодействуя с окружающими людьми, не проявляет ни психологических, ни поведенческих признаков одиночества.

Подлинные состояния одиночества обычно сопровождаются симптомами тех или иных психологических расстройств, которые имеют форму негативных аффектов или даже неврозов. У разных людей аффективные реакции на одиночество, как правило, различные. Одни одинокие люди жалуются, например, на чувство печали и подавленности, другие говорят о том, что испытывают страх и тревогу, третьи сообщают о горечи и гневе.

На переживание состояния одиночества влияют не столько реальные отношения с окружающими людьми, сколько идеальное представление о том, какими эти отношения должны быть. Человек, имеющий сильно выраженную потребность в общении, будет чувствовать себя одиноким и в том случае, если его контакты с людьми ограничены одним—двумя индивидами, а он бы хотел общаться сразу со многими. В то же самое время тот, кто не испытывает такой потребности, может не ощущать своего одиночества даже в условиях полного и длительного отсутствия общения с людьми.

Замечено, что подлинное одиночество сопровождается некоторыми типичными для него социально-психологическими симптомами. Обычно одинокие чувствуют себя психологически изолированными от остальных людей, неспособными к нормальному межличностному общению, к установлению интимных отношений типа дружбы или любви с другими людьми. Одинокая личность — это, как правило, депрессивная, или подавленная, личность, испытывающая, помимо прочего, еще дефицит умений и навыков общения.

Одинокий человек чувствует себя не таким, как все, и нередко считает себя малопривлекательной для других людей личностью. Он утверждает, что его никто не любит и не уважает. Такое отношение к себе одинокого человека нередко сопровождается специфическими аффектами, среди которых злость, печаль, глубокое несчастье. Одинокий человек избегает социальных контактов и сам своим поведением изолирует себя от других людей. Нередко ему более, чем другим людям, присуще так называемое параноидальное чувство, которое включает в себя повышенную подозрительность, импульсивность, чрезмерную раздражительность, страх, беспокойство, ощущение разбитости и фрустрации.

Одинокие люди более пессимистичны, чем неодинокие, они переживают гипертрофированное чувство жалости к себе, ожидают от других людей только неприятностей, а от будущего — худшего. Они также считают свою жизнь и жизнь других людей бессмысленной. Одинокие люди малоразговорчивы, ведут себя тихо, стараются быть незаметными, чаще всего выглядят печально. У них нередко наблюдается усталый вид и имеется повышенная сонливость.

Когда обнаруживается разрыв между реальными и действительными отношениями, характерный для состояния одиночества, разные люди реагируют на это по-разному. Беспомощность может стать одной из возможных реакций на одиночество, и это состояние обычно сопровождается усилением тревоги. Если люди винят в своем одиночестве не себя, а других, то могут испытывать чувства гнева и горечи, и это стимулирует возникновение вражды. Если же люди убеждены, что сами повинны в своем одиночестве, не верят в то, что смогут изменить себя, то они, вероятно, будут печальны и осуждать себя. Со временем это состояние может перерасти в хроническую депрессию. Если, наконец, человек убежден, что одиночество «бросает ему вызов», то он будет активно бороться с ним, предпримет усилия, направленные на то, чтобы избавиться от этого чувства.

Впечатляет перечень типичных эмоциональных состояний, которые время от времени охватывают хронически одинокого человека. Это — отчаяние, тоска, нетерпение, ощущение собственной непривлекательности, беспомощность, панический страх, подавленность, внутренняя опустошенность, скука, «охота к перемене мест», ощущение собственной недоразвитости, утрата надежд, изоляция, жалость к себе, скованность, раздражительность, незащищенность, покинутость, меланхолия, отчужденность. Данный список получен методом факторного анализа ответов множества одиноких людей на специальный вопросник.

Одинокие люди склонны недолюбливать других, особенно общительных и счастливых. Это — их защитная реакция, которая, в свою очередь, мешает им самим устанавливать добрые отношения с людьми. Предполагают, что именно одиночество вынуждает некоторых людей злоупотреблять алкоголем или наркотиками, даже если сами они не признают себя одинокими.

Одинокий человек характеризуется исключительной сосредоточенностью на самом себе, на своих личных проблемах и внутренних переживаниях. Ему свойственна повышенная тревожность и боязнь катастрофических последствий неблагоприятного стечения обстоятельств в будущем. Общаясь с другими людьми, одинокие больше говорят о себе и чаще, чем другие, меняют тему разговора. Они также медленнее реагируют на высказывания партнеров по общению.

Таким людям свойственны и специфические межличностные проблемы. Они легко раздражаются в присутствии других людей, повышено агрессивны, склонны к излишней, не всегда оправданной критике окружающих людей, нередко оказывают психологическое давление на других людей. Одинокие мало доверяют другим людям, скрывают свое мнение, нередко лицемерны, не контролируют собственные поступки.

Одиноким людям не могут по-настоящему веселиться в компаниях, повышенно внушаемы или чрезмерно упрямы в межличностных конфликтах. Имея неадекватную самооценку, одинокие люди или пренебрегают тем, как их воспринимают и оценивают окружающие, или стараются им понравиться.

Одиноким людям в большей степени считают себя менее компетентными, чем не одинокие, и склонны объяснять свои неудачи в установлении межличностных контактов недостатком способностей. Многие задачи, связанные с установлением интимных отношений, вызывают у них повышенную тревожность. Одиноким людям менее изобретательны в поисках способов разрешения проблем, возникающих в ситуациях межличностного общения.

Необходимо различать три типа одиночества: хроническое, ситуативное и преходящее. Хроническое одиночество возникает тогда, когда человек в течение длительного периода жизни не может установить удовлетворительные взаимоотношения со значимыми для него людьми. Ситуативное одиночество обычно появляется как результат каких-либо стрессовых событий в жизни человека, таких, например, как смерть близкого человека или разрыв брачных, интимных отношений со значимым человеком. После короткого времени переживания дистресса одинокий человек, ситуативно испытывающий это чувство, обычно смиряется со своей потерей и частично или полностью преодолевает чувство одиночества. Преходящее одиночество выражается в кратковременных приступах чувства одиночества, которые полностью и бесследно проходят, не оставляя после себя никаких следов.

Ощущение одиночества способно усиливаться или ослабляться в зависимости от изменений в индивидуально принятых стандартах нормального межличностного общения или широты контактов с людьми. Стандарты подобного рода обычно субъективны, точно не установлены, но в общем неплохо выражаются в суждениях следующего типа: «Мне бы хотелось иметь больше друзей», «Никто меня по-настоящему не понимает» и т. п. Вместе с тем такие стандарты относительны, они устанавливаются в сопоставлении с прошлым опытом общения человека. Небольшое уменьшение количества друзей или человеческих контактов у человека, который раньше имел множество таких контактов, может восприниматься как усиление одиночества, в то время как аналогичные изменения, происходящие в характере межличностных связей человека, который раньше почти ни с кем не общался и имел ограниченный круг друзей, будут, вероятно, восприняты как уменьшение одиночества, то есть прямо противоположным образом.

Одиноким люди нередко видят в самих себе причину своего одиночества, приписывая его недостаткам характера, отсутствию способностей, личной непривлекательности в большей степени, чем факторам, подвластным сознательному волевому контролю: недостатку собственных усилий, прилагаемых для налаживания контактов, неэффективности применяемых для этого средств и пр.

Каузальная атрибуция таких людей характеризуется внутренним локусом контроля и сопровождается ссылкой на собственные отрицательные индивидуальные качества, такие как стеснительность, боязнь получить отказ в попытке установить с кем-то интимные отношения, недостаток знаний о том, как следует вести себя в подобных ситуациях, чтобы укрепить межличностные связи.

Способ реагирования человека на одиночество — депрессия или агрессия — зависит от того, как сам человек объясняет свое одиночество. При внутреннем локусе контроля у него чаще возникает депрессия, а при внешнем — агрессия. Повышенная склонность к покорности или, напротив, к проявлению враждебности положительно коррелирует с одиночеством.

Одиноким люди часто чувствуют себя никчемными, некомпетентными, нелюбимыми, и повышенная самокритичность только способствует усилению этих самоуничижительных чувств.

Человек становится одиноким тогда, когда осознает неполноценность своих отношений с людьми, личностно значимыми для него, когда он испытывает острейший дефицит удовлетворения потребности в общении. Установлено также, что одиночество зависит от того, как человек к себе относится, то есть от его самооценки. У многих людей чувство одиночества связано с явно заниженной самооценкой. Порождаемое ею ощущение одиночества нередко приводит к появлению у человека чувства неспособности и никчемности.

Связь, существующая между низкой самооценкой и одиночеством, объясняется двояким образом: во-первых, ссылками на то, что низкая самооценка порождает внутреннее самоотчуждение человека, во-вторых, исходя из предположения, что низкая самооценка сопровождается системой таких установок и поведенческих реакций, которые сами по себе затрудняют межличностное общение.

Есть и другие гипотезы, объясняющие феномен одиночества, например, ссылками на межличностные факторы. Одна из них — это несоответствие между тремя «Я» индивида: тем, каким он в настоящее время видит себя (актуальное «Я»); тем, каким он хотел бы стать (идеальное «Я»), и тем, каким его воспринимают другие (отраженное «Я»). Экспериментально подтверждена гипотеза, в которой утверждается, что

субъективные причины одиночества имеют больший вес в его возникновении, чем объективные. Оказалось, например, что многие люди не в состоянии правильно оценить отношение окружающих людей к ним, так как их самовосприятие не вполне соответствует тому, как их на самом деле воспринимают окружающие люди.

Индивиды, невысоко оценивающие себя, ожидают, что и другие люди так же будут к ним относиться. Такие люди острее других реагируют на предложения и отказы в установлении личных контактов. Вместе с тем люди с низкой самооценкой особенно отзывчивы к обращениям и просьбам со стороны, реагируя враждебно на тех, кто лично их отвергает. Эти люди чрезмерно чувствительны к критике и рассматривают ее как подтверждение собственной неполноценности. Они же, как выяснилось, с трудом воспринимают комплименты в свой адрес, более неуверенно ведут себя в общении и повышенно осторожны.

В целом же низкая самооценка порождает комплекс психологически неблагоприятных факторов, препятствующих установлению хороших личных взаимоотношений с окружающими людьми: самоуничижительное сознание и поведение, ощущение собственной некомпетентности и многое другое. Следует иметь в виду и то, что длительный опыт одиночества может отрицательно повлиять на самооценку, сделать ее более уязвимой. Неудачи в общении могут усиливать чувство одиночества и, как следствие, снижать самооценку. В низкой самооценке потенциально заложен больший риск одиночества, чем в нормальной, так как низкая самооценка в конечном счете подрывает чувство собственного достоинства у человека.

Одним из факторов, способствующих одиночеству, является нежелание человека оказаться в ситуации межличностного общения, где он подвергается риску получить отказ в установлении нужных для него взаимоотношений, почувствовать смущение и разочарование. Враждебность и пассивность как возможные причины и одновременно следствия одиночества часто сопровождают его. Из-за боязни отрицательных последствий проявления инициативы в установлении межличностных контактов человеку становится труднее преодолевать одиночество, и страх, порожденный прежним неудачным опытом, способствует созданию обстановки, которая еще более усиливает данное чувство.

Нередко одиночество возникает по не зависящим от человека причинам. Вдовство, развод или разрыв личных отношений — наиболее распространенные социальные причины, ведущие к одиночеству. В подобных случаях оно зарождается вследствие внезапно возникающей полной или частичной социально-психологической изоляции человека от людей, составляющих его привычный круг общения. Потеря одного из ро-

дителей в результате развода или недостаток эмоционально близких, доверительных отношений, родительской поддержки в детстве могут сделать индивида более чувствительным к одиночеству в зрелом возрасте. Эмоциональная рана, полученная в детстве, превращается в характерологическую личностную ранимость взрослого и сохраняется в течение длительного времени, иногда на всю жизнь, заставляя таких людей острее, чем других, реагировать на разлуку и социальную изолированность.

? Контрольные вопросы

1. По каким причинам изучение личных взаимоотношений людей представляет интерес для социальных психологов?
2. Какие виды личных взаимоотношений людей находятся в центре внимания современных социальных психологов?
3. Что такое аффилиация?
4. Какие социально-мотивационные тенденции управляют аффилиативным поведением человека?
5. Как следует понимать относительную независимость и взаимосвязь этих мотивационных тенденций?
6. Как соотносятся друг с другом аффилиация, стремление к достижению успехов и соответствующие им виды мотивации?
7. Почему детская привязанность может рассматриваться как форма социального поведения, близкая к аффилиации?
8. Что представляют собой следующие виды привязанности: личная (непосредственная) и транзитивная (опосредствованная), надежная и ненадежная, привязанность по амбивалентно-сопротивляющемуся, дезорганизованному и избегающему типам?
9. Что представляют собой такие стили привязанности, как сближение, амбивалентно-сопротивляющийся и дезорганизованный (неустойчивый, непостоянный)?
10. Каким образом определяется дружба как вид человеческих отношений?
11. Какие цели может преследовать дружба людей?
12. Каковы социально-психологические особенности дружеских взаимоотношений?
13. На каких нормах и правилах строятся дружеские взаимоотношения?
14. Каким образом возникают и развиваются дружеские взаимоотношения?
15. Каким образом дружба зависит от возраста людей?
16. Какое значение имеют дружеские взаимоотношения для благополучия людей?
17. Почему любовь считается высшим и самым совершенным видом человеческих отношений?

18. Каким образом любовь связана с личностным самосовершенствованием человека?
19. Какими признаками обладает настоящая любовь?
20. Что представляют собой разновидности человеческой любви?
21. Что такое псевдолюбовь?
22. Почему любовь человека к себе считается одной из разновидностей любви — такой, без которой другие виды любви существовать не могут?
23. Какое место, по Э. Фромму, занимает эротическая любовь среди других разновидностей любви?
24. Что такое альтруизм?
25. Каким образом понимание альтруизма зависит от личности ученого?
26. Каковы две основные точки зрения относительно природы и происхождения альтруизма: биологическая и социальная?
27. Каково содержание основных социально-психологических теорий, объясняющих происхождение альтруистического поведения?
28. Что представляют собой «корыстные» и «бескорыстные» теории альтруизма?
29. Что такое эволюционно-биологическое объяснение альтруизма?
30. Каким образом альтруистическое поведение объясняется на основе анализа социальной ситуации?
31. Как зависит альтруистическое поведение от личности человека?
32. Являются ли различные теории альтруизма альтернативными?
33. Каким образом определяется поведение, направленное на приобретение и удержание власти?
34. Что представляют собой признаки властного поведения?
35. В каких случаях властное поведение является морально оправданным и неоправданным?
36. Какие аргументы морально могут оправдать или осудить стремление человека к власти?
37. Что представляет собой точка зрения А. Адлера на происхождение мотива и стремление человека к власти?
38. Какова биологическая точка зрения на происхождение стремления к власти?
39. Почему вражда считается несовместимой с отношениями дружбы, любви и альтруизма?
40. В чем причины так называемого «вечного» существования вражды?
41. Каковы объективные и субъективные предпосылки враждебных отношений?
42. Как соотносятся между собой вражда и агрессивность?
43. Что представляют собой различные определения агрессивности?
44. Каковы основные виды агрессивности?

45. Что такое альтруистическая, вызванная страхом, индуцированная, смещенная, транзактная и территориальная агрессивность?
46. Каковы общие правила, в соответствии с которыми возникает и развивается транзактная агрессия?
47. Каким образом мотивируется агрессивное поведение?
48. Что представляют собой биологические предпосылки агрессивности?
49. Какими могут быть социальные мотивы агрессивности?
50. Какие аргументы свидетельствуют соответственно в пользу социальной и биологической теорий агрессивности?
51. Что представляет собой фрустрационная теория агрессии?
52. В чем заключается суть теории агрессии, основанной на концепции социального научения?
53. Какую теорию агрессии называют ритуальной?
54. Почему существующие теории агрессии нельзя считать несовместимыми друг с другом?
55. Кто из ученых первым открыл и описал феномен беспомощного поведения?
56. На какие вопросы ученые искали ответы, приступая к изучению мотивации беспомощного поведения человека?
57. Каковы основные причины беспомощного поведения людей?
58. Что представляют собой социально-психологические и индивидуально-психологические причины беспомощности?
59. Какую беспомощность называют когнитивной?
60. Что такое приобретенная беспомощность?
61. В чем состоит суть проблемы и опасность одиночества?
62. При каких условиях у человека возникает чувство одиночества?
63. Что представляет собой симптоматика одиночества?
64. Каковы основные психологические и поведенческие признаки одинокого человека?
65. Каким образом определяется хроническое, ситуативное и преходящее одиночество?
66. Как связаны с одиночеством представления человека о себе и его самооценка?

Литература

1. Аргайл М. Психология счастья. — М., 1990. — С. 27–43.
2. Аникеева Н. П. Психологический климат в коллективе. — М., 1989. — С. 70–86.
3. Бернс Р. В. Развитие Я-концепции и воспитание. — М., 1986. — С. 225–245.
4. Бодалев А. А. Восприятие и понимание человека человеком. — М., 1982. — С. 32–99.

5. *Бодаев А. А.* Личность и общение. — М., 1983. — С. 85–265.
6. *Гозман Л. Я.* Психология эмоциональных отношений. — М., 1987. — С. 6–10, 110–130, 142–159.
7. *Гребенщиков И. В.* Основы семейной жизни. — М., 1991. — С. 17–32.
8. *Гозман Л. Я., Ажгихина Н. И.* Психология симпатий. — М., 1988.
9. *Ковалев С. В.* Психология семейных отношений. — М., 1987. — С. 19–33, 63–70.
10. *Коломинский Я. Л.* Психология детского коллектива: Система личных взаимоотношений. — Минск, 1984. — С. 12–42, 110–193.
11. *Кон И. С.* Дружба. — М., 1987. — С. 13–327.
12. *Кроник А. А., Кроник Е. А.* В главных ролях: Вы, Мы, Он, Ты, Я. Психология значимых отношений. — М., 1989. — С. 59–173.
13. *Лабунская В. А.* Невербальное поведение: Социально-перцептивный подход. — Ростов-на-Дону, 1986. — С. 5–111, 115–130.
14. *Луточкин А. Н.* Эмоциональные потенциалы коллектива. — М., 1988. — С. 36–74.
15. *Майерс Д.* Социальная психология. — СПб., 1997. — С. 532–631.
16. *Мелибруда Е.* Я-Ты-Мы. Психологические возможности улучшения общения. — М., 1986. — С. 26–107, 120–171.
17. *Налчаджян А. А.* Агрессивность человека. — М.; СПб., 2007.
18. *Петровская Л. А.* Компетентность в общении: Социально-психологический тренинг. — М., 1989. — С. 9–17, 45–207.
19. *Петровская Л. А.* Теоретические и методические проблемы социально-психологического тренинга. — М., 1982. — С. 30–75, 97–121, 138–148.
20. Психология эмоций. Тексты. — М., 1984. — С. 235–237.
21. *Шмелев А. Г.* Острые углы семейного круга: Психология обыденной жизни. — М., 1986. — С. 46–92.

Часть III

МАЛЫЕ И БОЛЬШИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ

Глава 7

Малая группа и коллектив



Краткое содержание

Понятия малой группы и коллектива. Определение социальной группы и их разновидности. Большие, средние и малые социальные группы. Основные признаки малых групп. Начало исследований малых групп. Роль малых групп в жизни людей и их влияние на психологию и поведение человека. Множество малых групп, существующих в реальной жизни. Наличие разных оснований для их классификации. Лабораторные и естественные, случайные (временные) и стационарные (постоянные), формальные и неформальные группы. Группы низкого и высокого уровня развития. Группы членства и референтные группы. Первичные и вторичные группы. Горизонтальные и вертикальные группы. Гетерогенные и гомогенные группы. Дискуссионные и исполнительские группы. Интерактивные и коактивные группы. Маргинальные, нормативные, психотерапевтические (психокоррекционные) группы. Группы равных и неравных. Разновидности референтных групп. Основные направления исследования малых групп: социометрическое, интеракционистское, стратометрическое, параметрометрическое, организационно-управленческое и тренинговое. Структура малой группы. Динамические процессы в малой группе. Развитие малой группы. Малая группа как коллектив. Ответственность, открытость, коллективизм, контактность, организованность, эффективность и информированность — отношения, характерные для такой высокоразвитой группы, как коллектив. Политическая и идеологическая составляющие в прежних (советских) определениях коллектива. Стратометрическая концепция коллектива А. В. Петровского. Параметрометрическая концепция коллектива Л. И. Уманского.

Феноменология малых групп. Явления, характеризующие малые группы, термины, с помощью которых они описываются. Групповые ценности и нормы. Своеобразие ценностей каждой группы. Функции групповых норм. Уровни групповых норм. Понятие сверхнормативной активности (деятельности) группы. Групповые санкции. Групповое давление, его разновидности (способы описания). Конформизм. Групповая сплоченность. Групповая совместимость. Групповая поляризация. Лидерство как феномен, характерный для малых групп. Классический эксперимент С. Аша по

изучению конформизма. Соотношение конформизма со сходными, но не идентичными ему групповыми явлениями.

Эффективность групповой деятельности. Определение эффективности групповой деятельности. Зависимость эффективности работы малой группы от ее характеристик. Представление о формальных (структурных) и содержательных (психологических) характеристиках малой группы. Соотношение формальных и содержательных характеристик группы в их совместном влиянии на успешность групповой работы. Три основных критерия эффективности групповой деятельности. Влияние величины группы на успешность ее деятельности. Положительные и отрицательные последствия увеличения размера (величины) группы с точки зрения успешности ее деятельности. Зависимость эффективности работы группы от ее композиции. Воздействие стиля лидерства на успешность групповой работы. Влияние личных взаимоотношений членов группы на успешность групповой деятельности. Формы организации работы группы и эффективность ее деятельности.

Процесс принятия групповых решений. Преимущества групповой работы при принятии решений по информационно емким и сложным вопросам перед индивидуально принимаемыми решениями. Техника брейнсторминга, предъявляемые к ней требования. Синектика как способ оптимальной организации и проведения групповой дискуссии.

Понятия малой группы и коллектива

Психология и поведение человека существенно зависят от окружающей его социальной среды. Эта среда представляет собой сложно устроенное современное общество, в котором люди объединены друг с другом в многочисленные, разнообразные, более или менее устойчивые общности, называемые социальными группами. Среди них можно выделить большие, средние и малые социальные группы.

Большие социальные группы представлены государствами, нациями, народностями, партиями, классами, другими социальными общностями, выделяемыми по социально-демографическим, профессиональным, экономическим, религиозным, культурным, образовательным, возрастным, половым и другим признакам. В состав таких групп могут входить десятки и сотни тысяч людей. Через эти группы опосредованно осуществляется воздействие идеологии и политики общества на психологию составляющих их людей. Состав таких групп нестабилен, они, как правило, не имеют общей цели, и их члены не проживают в одном месте, не работают в одной организации.

Средней социальной группой называют людей, входящих в состав той или иной сравнительно небольшой социальной организации. Это могут быть учреждения, предприятия, воинские части, спортивные организации, фабрики, заводы и т. п., включающие в себя от нескольких сотен до нескольких тысяч человек. Такие группы характеризуются тем, что они существуют на более или менее постоянной основе, их участники осознают свою принадлежность к одной и той же группе (организации и т. п.) и отделяют себя и свою группу (организацию) от других подобных групп. Состав таких групп, кроме того, более или менее постоянен, а их члены, как правило, проживают в одном регионе и работают в одной и той же организации.

Малая группа представляет собой небольшое количество людей, от 2–3 до 20–30 человек, выделяемых по следующим основным, общим для них признакам:

- наличие общего дела (цели, деятельности и т. п.);
- личное знание друг друга;
- непосредственное взаимодействие друг с другом;
- существование установившихся личных и деловых взаимоотношений между членами группы;
- наличие внутренней организованности группы, например присутствие лидера, распределение ролей, групповых норм и т. п.

Так понимаемая малая группа является непосредственным проводником влияния общества, больших и средних социальных групп на

индивида. Она представляет собой элементарную ячейку общества. В ней человек проводит большую часть своей жизни. Известный тезис о зависимости психологии и поведения личности от социальной среды точнее было бы сформулировать как идею о непосредственной зависимости личности, ее психологии и поведения от психологии, действий и отношений людей, принадлежащих к тем же самым малым группам, к которым принадлежит данная личность.

Впервые малая группа стала объектом научного экспериментального исследования в начале XX века (эксперименты Г. Оллпорта, В. Мёде и В. М. Бехтерева, выполненные в течение первых двух десятилетий XX века), но особенно она привлекла к себе внимание ученых в середине XX столетия. К этому времени сложились основные направления изучения малых групп, которые будут рассмотрены далее.

Влияние малой группы на психологию и поведение человека как личности достаточно существенно и может проявляться в следующем.

1. В малой группе человек осваивает нормы поведения, которые позволяют ему стать полноправным членом общества, основанного на этих нормах (например, нормах права и морали).
2. В малой группе человек обнаруживает образцы и формы поведения, подражая которым (осваивая которые) он оказывается способным нормально взаимодействовать с другими людьми.
3. В различных малых группах человек осваивает необходимые ему для жизни знания, умения и навыки, формирует и развивает свои способности.
4. В малой группе человек обеспечивается обратной связью или информацией о том, как он выглядит со стороны, как воспринимают и оценивают его окружающие люди. В результате у человека складывается представление о самом себе (образ «Я», или Я-концепция).
5. В малой группе человек получает моральную, материальную и иную поддержку (например, в своей семье или среди близких друзей).
6. В малой группе человек осваивает социальные роли. Благодаря этому он оказывается способным брать на себя и выполнять различные общественные роли: групповые и социальные.
7. В малой группе человек с помощью других людей и благодаря общению с ними удовлетворяет свои основные, жизненно важные социальные интересы и потребности.

Малую группу характеризует психологическая и поведенческая общность, которая выделяет и обособляет данную группу, делает ее относительно автономным социально-психологическим образованием. Эта общность может обнаруживаться в разных вещах — от чисто внешних (например, территориальное объединение людей как соседей по месту

жительства или партнеров по работе) до глубоких внутренних (например, члены одной семьи). Мера психологической общности определяет сплоченность малой группы — одну из основных характеристик уровня ее социально-психологического развития.

Примерами малых групп являются семья, учебный класс, студенческие группы, спортивные и воинские команды, небольшие трудовые коллективы, группы друзей и т. п. Все без исключения люди, живущие в современном обществе, являются членами каких-либо малых социальных групп, причем, как правило, не одной, а нескольких.

Не существует единого представления о ключевых признаках, на основе которых то или иное объединение людей можно считать малой группой. К примеру, М. Шоу, один из известных специалистов по групповой динамике, утверждает, что конституирующим признаком малой группы является взаимодействие между ее участниками. Однако в связи с выделением такого признака сразу же возникает вопрос, как быть с так называемой номинальной группой, участники которой не взаимодействуют друг с другом. К примеру, сам Шоу утверждает, что пассажиры самолета не являются группой. Такое утверждение находится в явном противоречии со всеми другими известными определениями малой группы, согласно которым пассажиры любого вида транспорта, безусловно, выступают как реальная малая группа.

Какой бы из признаков мы ни взяли, всегда можно найти исключения из него и показать, что у некоторых групп этот признак отсутствует. Отсюда следует, что в определение малой группы необходимо включать не те признаки, которые имеются у всех без исключения малых групп, а такие признаки, которые встречаются в малых группах чаще всего или с наибольшей вероятностью.

Существуют различные способы классификации малых групп, и в них могут использоваться следующие основные критерии: величина, состав (количественный и качественный), вид деятельности, время существования, организованность, уровень развития и многое другое. Чаще всего среди малых групп выделяются следующие разновидности: лабораторные и естественные, случайные (временные, непостоянные по составу) и стационарные (постоянные по составу), формальные и неформальные, группы низкого и группы высокого уровня развития, группы членства и референтные. В сравнении и в противоположность последним иногда выделяют и отдельно рассматривают индифферентные и антиреферентные малые группы.

Лабораторными называют малые группы, которые создаются с целью проведения какого-либо научного исследования. Это название подчеркивает, что за пределами научной лаборатории, то есть в реальной жиз-

ни, такие группы, как правило, не существуют. Естественными называют малые группы, которые возникают и существуют в обществе. Такие малые группы появляются и изменяются по мере развития общества.

Случайными именуют малые группы, которые собираются из случайно оказавшихся в данном месте людей. Эти группы чаще всего являются временными, возникают и существуют в течение сравнительно короткого времени и создаются ради решения какой-либо частной задачи, а затем распадаются. Такой группой является, например, небольшая очередь, группа людей в автобусе, группа людей, собравшихся вместе для того, чтобы понаблюдать какое-либо зрелище, группа прохожих, к которой обратились с просьбой оказать какую-либо сиюминутную услугу, и т. п.

Стационарная, или постоянная, — это такая группа, которая создана и существует длительное время, не прекращает свое существование и после того, как задача, поставленная в данный момент времени перед ней, уже решена (предполагается, что есть определенная совокупность задач, которые такая группа в течение длительного времени должна решать, причем эти задачи могут меняться, а группа как таковая продолжает существовать).

Формальными (официальными) называют малые группы, которые возникают и существуют в обществе как официально зарегистрированные в нем, являясь, например, структурными подразделениями тех или иных общественных (социальных) организаций. Таких групп в обществе достаточно много, и к ним можно отнести семью, учебные группы, различные трудовые и другие коллективы. Положение, занимаемое в обществе, функции и состав таких групп обычно определяются какими-либо нормативными актами.

Неформальными, или неофициальными, называют такие малые группы, которые не имеют официального статуса в обществе (не узаконены соответствующими нормативными актами). К ним, например, относятся небольшие группы людей, случайно образовавшиеся в том или ином месте, группы друзей и т. п.

Малые группы низкого уровня развития — это такие, в которых отсутствуют или сравнительно слабо развиты признаки групповой структуры, в том числе — единая цель (задача), лидерство, распределение ролей, система деловых и личных взаимоотношений. Группа низкого уровня развития, как правило, плохо справляется с возложенными на нее обязанностями.

Группами высокого уровня развития называют такие малые группы, которые имеют высокоразвитую групповую структуру и благодаря ей могут успешно справляться со стоящими перед ними задачами.

В отечественной психологии по сложившейся традиции такие группы принято называть коллективами.

Группа членства — это социальная группа, к которой человек реально принадлежит. Чужими называют группы, к которым человек не принадлежит, в жизни и деятельности которых он личного участия не принимает.

Референтными называют малые группы, которые являются наиболее значимыми для человека и оказывают на него наибольшее психологическое влияние. К такой группе человек не обязательно реально принадлежит, но может на нее ориентироваться. Члены референтной группы выступают для человека образцом для подражания. Индивид особенно дорожит личным участием в жизни и деятельности такой группы, если он на самом деле входит в ее состав.

Есть немало малых групп, которые никакого или почти никакого влияния на психологию и поведение человека не оказывают. Такие группы, в отличие от референтных, называют индифферентными, или безразличными. Антиреферентными являются малые группы, члены которых имеют взгляды и убеждения, противоположные собственным убеждениям и взглядам данного человека. Индифферентные и антиреферентные малые группы — это, как правило, такие, к которым человек не принадлежит и стать членом которых он не желает.

В свою очередь, референтные группы делятся на следующие разновидности: аспирационные, негативные и позитивные.

Аспирационная референтная группа — такая, к которой человек не принадлежит, но хотел бы принадлежать. Подобная группа оказывает более сильное влияние на убеждения и ценности человека, чем обычная референтная группа. По отношению к такой группе человек ведет себя более конформно, чем по отношению к любым другим группам.

Негативная референтная группа представляет собой группу людей, которую человек использует в качестве отрицательного примера (негативного стандарта) и старается свои взгляды, ценности, интересы и отношения определять прямо противоположным этой группе способом. Понятие негативной референтной группы близко к определению антиреферентной группы. Позитивной называют такую референтную группу, на которую человек ориентируется как на положительный образец, стараясь согласовать с ней свои ценности, взгляды, убеждения, нормы и формы поведения.

Существуют многие другие разновидности малых групп, выделяемые и изучаемые в социальной психологии. Это, например, первичные и вторичные, горизонтальные и вертикальные, гетерогенные и гомогенные, дискуссионные и исполнительские, интерактивные и коактивные,

маргинальные, нормативные, психотерапевтические (психокоррекционные) группы, группы равных и неравных и другие. Дадим и им краткие определения.

Первичная группа — это малая группа, состоящая из людей, имеющих общую систему ценностей, общие цели, стандарты поведения и тесные межличностные контакты (хорошие личные взаимоотношения). К таким группам относятся, например, семья, группа друзей, микрогруппа влюбленных друг в друга людей, небольшой коллектив, в котором человек давно и с удовольствием работает, и т. д. Первичная группа является наиболее устойчивой малой социальной группой и способна, в отличие от других социальных групп, оказывать более сильное воздействие на психологию, поведение и развитие человека. Первичная группа играет существенную роль в социализации человека.

Вторичная — это социальная группа, состоящая из людей, которые имеют сравнительно мало общего друг с другом, разделяют лишь некоторые общие ценности и отдельные, общие для них формы стандартного поведения. Во всем остальном такая группа может существенно отличаться от себе подобных, в том числе по влиянию на психологию и поведение входящих в ее состав людей. Кроме того, такая группа намного менее значима для формирования человека как личности, чем первичная группа.

Горизонтальная — это группа, собранная из людей, которые представляют один и тот же социальный класс или занимают одинаковое положение (имеют одинаковый статус) в обществе. Вертикальная группа представляет собой социальную группу, составленную из людей, занимающих в обществе разное положение с точки зрения их власти, влияния, материального положения и т. п., то есть имеющих в соответствующем обществе различные социальные статусы.

Гетерогенная группа состоит из людей, существенно отличающихся друг от друга по своей психологии и поведению. Гомогенная группа представляет собой социальную группу, состоящую из похожих друг на друга по психологии и поведению людей.

Дискуссионной называют группу, основная цель которой заключается в обсуждении и принятии решения по какому-либо вопросу. Исполнительская — это группа, которая сама решения не принимает, но выполняет те решения, которые принимаются кем-либо, например членами другой социальной группы.

Интерактивной называют малую группу, в которой ее участники могут свободно, без каких бы то ни было ограничений общаться и взаимодействовать друг с другом в процессе совместной работы. Коактивная — это группа, в которой несколько человек в одно и то же время работают над решением какой-либо задачи, но при этом они непосредственно не

общаются, не взаимодействуют друг с другом или же их межличностное общение во время решения задачи ограничено.

Маргинальной называют социальную группу, состоящую из людей, которые по своей психологии и поведению находятся как бы между двух или нескольких разных культур, полностью не принадлежат ни к одной из них.

Нормативная — это социальная группа, которая используется для установления стандартов (норм), относительно которых, в свою очередь, оцениваются психология и поведение других людей.

Психотерапевтической, или психокоррекционной, называют малую социальную группу, которая создается и используется в психотерапевтических целях, например для лечения неврозов, исправления недостатков в психологии и поведении людей.

Группа равных — это любая социальная группа, как правило малая, члены которой имеют одинаковый статус, то есть занимают примерно одинаковое положение в группе и обладают одинаковыми правами и обязанностями. Группа неравных — это группа людей, в которой существует четкая иерархия (неравенство, соподчинение и т. д.) между ее членами, то есть такая группа, в которой разные члены занимают различное положение.

Существуют следующие основные направления исследований или подходы к изучению малых групп: *социометрическое, интеракционистическое, стратометрическое, параметрометрическое, организационно-управленческое и тренинговое.*

Социометрическое направление связано с изучением межличностных отношений в малой группе с помощью социометрии и на основе социометрической теории человеческих отношений, предложенной Я. Морено.

Интеракционистический подход ориентирован на исследование процесса межличностного взаимодействия членов группы при решении ими какой-либо задачи. Этот подход в основном представлен в работах К. Левина и Р. Бейлза.

Стратометрический подход разработан А. В. Петровским и реализован в стратометрической концепции коллектива. В нем в основном описывается коллектив как группа высокого уровня развития и выделяются страты (слои) взаимоотношений. Таких страт (слоев) в стратометрической концепции коллектива выделено три: отношения к содержанию совместной деятельности (первый, глубинный слой), отношения, опосредствованные содержанием совместной деятельности (второй, средний слой), и эмоционально непосредственные отношения (третий, или поверхностный, слой).

Параметрический подход к коллективу разработан Л. И. Уманским и его последователями. Здесь также обсуждаются структура и развитие группы как коллектива, выделяются уровни развития группы как коллектива и обращается внимание на динамические процессы, происходящие в группе по мере ее превращения в развитый коллектив. В качестве уровней развития группы называются диффузная группа, группа-кооперация, группа-корпорация и коллектив. Особое внимание в характеристике уровня развития группы как коллектива обращается на организованность (А. С. Чернышев) и эмоциональное единство (А. Н. Лутошкин).

Организационно-управленческий подход отличается тем, что малая группа рассматривается как объект и субъект управления в реально существующих организациях.

Наконец, **тренинговый подход** к изучению малых групп состоит в том, что в малой группе организуется и проводится социально-психологический тренинг, и она, с одной стороны, используется в психотерапевтических или психокоррекционных целях, а с другой — становится объектом научного изучения как реально существующая малая группа.

Группу в социальной психологии изучают также с точки зрения ее структуры и динамики. Под структурой малой группы понимается ее персональный состав и связи (отношения), существующие между членами группы. Динамику малой группы представляют через происходящие в группе социально-психологические процессы, включая те, которые связаны с развитием группы как коллектива или команды (последнее понятие является синонимом коллектива, используемым в зарубежной социальной психологии).

Структуру малой группы можно описывать по-разному: через индивидуальные психологические особенности членов данной группы, через взаимоотношения, роли, исполняемые отдельными членами группы, через систему общения и многое другое. Чаще всего структурные элементы малой группы определяются через такие понятия: величина, композиция, каналы коммуникаций, распределение ролей, лидерство, статусы и межличностные отношения.

Под величиной малой группы понимается количество людей, входящих в состав данной группы. Среди всех малых групп отдельно выделяют микрогруппы, включающие в свой состав двух-трех человек. В микрогруппах складываются наиболее близкие отношения между людьми. Микрогруппу, включающую двух человек, иногда также называют диадой, а микрогруппу, включающую трех человек, — триадой.

Под композицией группы понимают ее индивидуальный состав, определяемый по психологическим особенностям членов группы. Различают

однородные (гомогенные) и разнородные (гетерогенные) по композиции группы. Однородные, или гомогенные, состоят из психологически похожих друг на друга людей, разнородные, или гетерогенные, включают в свой состав психологически различных людей.

Каналами межличностных или групповых коммуникаций называют сложившуюся в группе систему общения или обмена информацией между ее членами. Благодаря сложившейся в группе системе каналов коммуникаций члены группы могут обмениваться нужной информацией друг с другом, взаимодействовать друг с другом в совместной деятельности.

Существуют разные системы каналов коммуникаций в группе. На рис. 1 представлены два основных вида структур каналов внутригрупповых коммуникаций: централизованная (А) и децентрализованная (Б), а также некоторые их варианты, чаще всего встречающиеся на практике.

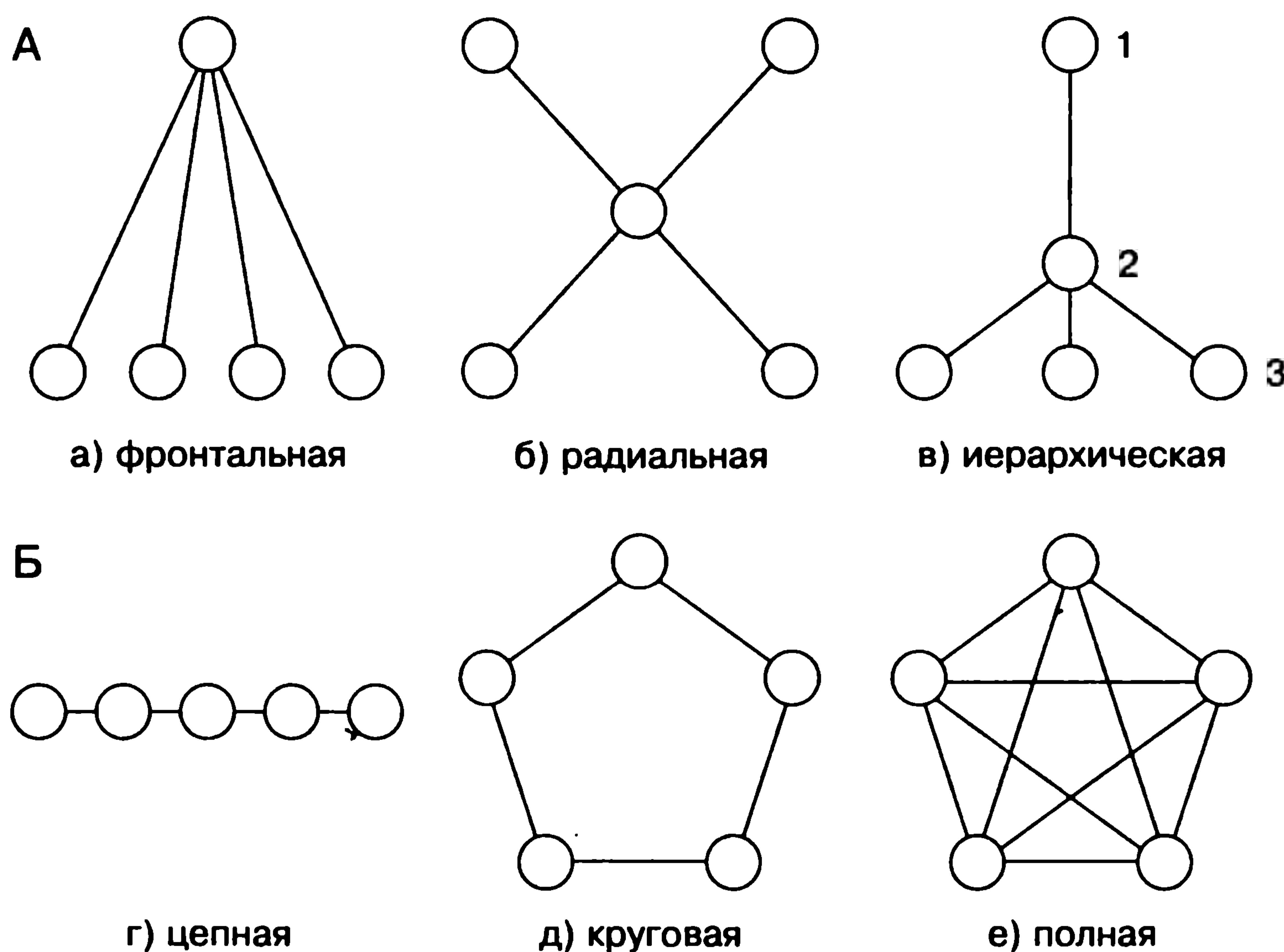


Рис. 1. Типы и варианты структур внутригрупповых коммуникаций

Централизованные структуры каналов коммуникаций характеризуются тем, что в них один из членов группы всегда оказывается как бы на пересечении всех направлений передачи информации или взаимодействия членов группы, находится в центре внимания всех и играет основную роль в организации групповой деятельности. Через такого

человека в группе осуществляются взаимодействия и обмен информацией между другими членами группы.

На рис. 1, А показаны три варианта централизованной структуры: фронтальная, радиальная и иерархическая.

Фронтальная структура каналов коммуникаций (а) характеризуется тем, что ее участники непосредственно находятся рядом и, не вступая в прямые контакты друг с другом, могут все же видеть друг друга. Это позволяет им в какой-то степени учитывать поведение и реакции друг друга в совместной деятельности.

Радиальный вариант централизованной структуры коммуникаций (б) отличается от фронтального тем, что участники совместной деятельности в данном случае не могут непосредственно воспринимать, видеть или слышать друг друга и в состоянии обмениваться информацией или взаимодействовать только через одно лицо, занимающее центральное положение в группе. Это затрудняет членам группы возможность взаимодействовать друг с другом, оперативно учитывать поведение и реакции остальных членов группы. Однако такая система каналов коммуникаций позволяет участникам группы работать вполне самостоятельно, независимо, выявляя собственную, индивидуальную позицию.

Отличительная особенность централизованной иерархической структуры коммуникаций (в) состоит в том, что здесь имеется несколько, как правило не менее двух, уровней соподчинения участников группы, причем часть из них может непосредственно взаимодействовать друг с другом в совместной деятельности, а часть — нет. Межличностное общение каждого члена группы при этом ограничено, и коммуникации между ними могут осуществляться в основном с располагающими рядом людьми (относящимися к одному уровню соподчиненности). На рис. 1 (в), где показана схема такой структуры коммуникаций, у индивида 1, занимающего верхнюю ступень в иерархии соподчинения, есть непосредственный помощник 2, которому, в свою очередь, подчинены три остальных участника. Индивид 1 взаимодействует с индивидом 2, который имеет возможность общаться с теми, кто находится на ступени 3.

Типичные варианты децентрализованных структур каналов коммуникаций, основное отличие которых от централизованных заключается в коммуникативном равенстве всех участников, представлены на рисунке под буквой Б. Понятие «коммуникативное равенство» в данном случае означает, что каждый из членов группы внутри этих структур обладает одинаковыми со всеми возможностями принимать, перерабатывать и передавать информацию, вступая в открытое, неограниченное общение с товарищами по группе.

Цепной вариант этой структуры каналов коммуникаций (г) представляет собой систему общения, в которой межличностное взаимодействие членов группы осуществляется как бы по цепочке. Каждый из участников, за исключением двух крайних, взаимодействует здесь с двумя соседями, а те, кто занимает крайние позиции, — только с одним. Эта структура каналов коммуникаций характерна, например, для конвейерной работы, получившей широкое распространение в промышленности.

Круговая структура коммуникаций (д) отличается от цепной. Во-первых, здесь одинаковыми возможностями располагают все без исключения члены группы. Во-вторых, имеющаяся в их распоряжении информация может циркулировать между членами группы, дополняться и уточняться. В-третьих, находясь лицом к лицу, участники такой структуры коммуникаций могут непосредственно наблюдать за реакциями друг друга, учитывать их в своей работе.

Все обсуждавшиеся нами варианты структур коммуникаций в группе являются в той или иной степени ограниченными. В них каждый из участников располагает или неравными возможностями для вступления в непосредственное общение с остальными, или равными, но тем не менее ограниченными.

Наряду с рассмотренными структурами коммуникаций существует еще одна, которая называется полной, или неограниченной (е). В ней никаких препятствий для свободного межличностного общения и взаимодействия участников нет и каждый член группы может совершенно свободно общаться или взаимодействовать с остальными.

Распределением ролей называется совокупность прав и обязанностей, в соответствии с которыми организуется взаимодействие и строятся взаимоотношения членов группы друг с другом. В каждой группе складывается своя ролевая структура. Она представляет собой состав социальных ролей и их индивидуальное распределение между членами соответствующей группы.

Лидерством называются отношения руководства — подчинения. Такие отношения складываются между лидером группы и остальными ее участниками.

Одни и те же члены группы выполняют в ней различные функции и в характерных для нее системах отношений занимают неодинаковое положение. Социальные психологи пользуются понятиями «роль» и «статус» для более точной характеристики этих функций и места каждого человека в структуре внутригрупповых отношений.

Роль определяется как нормативно заданный и коллективно одобряемый образец поведения, ожидаемый от человека, занимающего

и группе определенную позицию (выполняющего в ней ту или иную функцию). Роль может устанавливаться должностью, может избираться самим членом группы (скажем, роль лидера или шута). Войдя в определенную роль, человек в группе постепенно привыкает к ней, и другие члены группы начинают ожидать от него поведения, соответствующего данной или избранной им роли. Принятая на себя или отведенная человеку роль во многом определяет восприятие и оценку этого человека другими членами группы, отношение к нему.

Статус человека в группе — это социально-психологическая характеристика его положения в системе внутргрупповых личных и деловых взаимоотношений, степень его авторитетности для остальных участников группы. Существуют различные виды статусов: избранный, предписанный, приобретенный, социометрический и социоэкономический.

Избранный статус — это положение, которое человек определил сам для себя, без принуждения или давления со стороны других членов группы. Предписанный статус — это положение человека в группе, определенное за него другими людьми, или статус, полученный им без каких бы то ни было усилий с его стороны, например по должности или по наследству. Приобретенным (заработанным, достигнутым) является статус, который человек приобрел за счет собственных усилий, способностей, например за счет победы в соревновании с другими людьми. Социометрический — это статус человека, установленный с помощью социометрической методики.

Структуру малой социальной группы также можно представлять и описывать через взаимоотношения, которые складываются между членами группы. Так, например, ее можно характеризовать через деловые и личные взаимоотношения участников данной группы, официальные и неофициальные, координационные и субординационные.

В динамике малой группы психологов прежде всего интересуют процессы, связанные с ее развитием. В данном случае под развитием понимается продвижение группы на пути ее превращения в высоко-развитый коллектив (команду).

Процесс развития группы, в свою очередь, изучается в рамках следующих основных направлений: социометрического, групподинамического, стратометрического, параметрометрического, организационного, нормативного, ролевого и социализационного. Дадим им краткую характеристику.

Социометрический подход акцентирует внимание на становлении и развитии личных взаимоотношений в группе, прежде всего взаимных симпатий и антипатий.

Групподинамический подход связан с изучением процессов становления лидерства и деловых взаимоотношений.

Стратометрический подход к развитию малой группы основан на исследовании того, как в группе возникают различные слои (страты) взаимоотношений, описанные выше и характеризующие малую группу как коллектив.

Параметрометрический подход отличается выделением и описанием уровней развития группы как коллектива. Здесь динамика группы рассматривается как ее прохождение через представленные выше уровни группового развития.

В организационном подходе к изучению группового развития динамика определяется с точки зрения становления ее внутренней структуры (организованности), обеспечивающей эффективную групповую работу.

Суть нормативного подхода состоит в обращении внимания на процесс возникновения, изменения и закрепления групповых норм.

Ролевой подход к развитию группы выражается в выделении ролей и их распределении между членами группы.

Специфика социализационного подхода к развитию малой группы заключается в изучении того, какое влияние группа оказывает на психологическое развитие ее членов, на их личностный рост и адаптацию к социальным условиям.

В связи с тем что от уровня развития группы зависит ее работоспособность и степень влияния на людей, высокоразвитым группам в социальной психологии уделялось повышенное внимание, особенно в нашей стране. Для того чтобы группа имела право называться коллективом, она должна соответствовать высоким требованиям. Психологически развитой, как коллектив, считается такая малая группа, в которой сложилась система деловых и личных взаимоотношений, строящихся на высокой нравственной основе. Такие отношения можно назвать коллективистскими. Они определяются через понятия ответственности, открытости, коллективизма, контактности, организованности, эффективности и информированности (Р. С. Немов).

Ответственность трактуется как добровольное принятие членами коллектива на себя моральных и других обязательств перед обществом за судьбу каждого человека, независимо от того, является он членом данного коллектива или нет. Ответственность также проявляется в том, что члены данного коллектива свои слова подтверждают делом, требовательны к себе и друг к другу, объективно оценивают свои успехи и неудачи, никогда не бросают начатое дело на полпути, сознательно подчиняются дисциплине, интересы других людей ставят наравне со своими собственными интересами, по-хозяйски относятся к общему добру.

Под открытостью коллектива понимается способность устанавливать и поддерживать хорошие, строящиеся на коллективистской основе взаимоотношения с другими коллективами или их представителями, а также с новичками внутри данного коллектива. Открытость высокоразвитого коллектива проявляется в оказании им разносторонней помощи другим коллективам, а также не членам своего коллектива, отсутствие внутригруппового фаворитизма. Открытость является одной из важнейших характеристик, по которой можно отличить настоящий, высокоразвитый коллектив от внешне похожих на него других социальных групп.

Коллективизм включает в себя постоянную заботу членов коллектива о его успехах, стремление противостоять тому, что разобщает, разрушает данный коллектив. Коллективизм — это также добрые традиции, уверенность каждого в своем коллективе. Чувство коллективизма не позволяет его членам оставаться равнодушными, если затронуты интересы всего коллектива. В настоящем коллективе все важные вопросы решаются сообща и по возможности при общем согласии.

Для подлинно коллективистских отношений характерна также конфликтность. Она представляет собой хорошие личные, эмоционально благоприятные (дружеские, доверительные и другие) взаимоотношения между членами коллектива, включающие внимание друг к другу, доброжелательность, уважение и такт (тактичность). Такие взаимоотношения создают в коллективе благоприятный психологический климат, спокойную и дружескую обстановку.

Организованность проявляется в умелом взаимодействии членов коллектива, в бесконфликтном распределении между ними обязанностей, в хорошей взаимозаменяемости. Организованность — это также способность членов коллектива самостоятельно обнаруживать и исправлять недостатки в работе и других групповых делах, предупреждать конфликты и оперативно решать возникающие проблемы. От организованности непосредственно зависят результаты деятельности коллектива.

Одним из условий успешной работы коллектива и установления доверительных взаимоотношений является хорошее знание его членами друг друга и состояния дел в коллективе. Это знание называется информированностью. Достаточно высокая информированность предполагает знание всеми членами коллектива задач, стоящих перед ним, содержания и результатов его работы, положительных и отрицательных сторон, норм и правил поведения. Сюда же входит и хорошее знание членами коллектива друг друга как личностей.

Эффективность понимается как успешность решения коллективом поставленных перед ним задач. Одним из важнейших показателей

эффективности высокоразвитого коллектива является так называемый сверхаддитивный эффект. Он представляет собой способность коллектива как целого добиваться более высоких результатов в работе, чем тех, которых могут достичь такое же количество людей, работающих независимо друг от друга и не объединенных друг с другом системой описанных выше коллективистских отношений.

Содержание понятия «коллектив», введенного в научный оборот в отечественной социальной психологии еще в начале XX века, со временем менялось, так как это понятие представляло собой не только психологическое, но и идеологическое явление. Оно несло в себе отпечаток тех социальных условий, в которых зарождалась, жила и развивалась малая группа, называемая коллективом.

Если сравнить между собой те определения коллектива, которые давались учеными в первые годы после Октябрьской революции, когда еще существовал плюрализм политических взглядов и гуманитарные науки еще не находились под прессом единственной, коммунистической идеологии, с теми определениями коллектива, которые появились позднее, в 30-е годы, то между ними можно обнаружить значительные различия. Например, в определении коллектива, предложенном в свое время В. М. Бехтеревым, не подчеркивался приоритет коллективного начала над индивидуальным, общества над личностью, не содержалось идеи доминирования коллектива над личностью и не было утверждения о необходимости обязательного подчинения личности коллективу. Все это проявилось позднее, в трудах А. С. Макаренко, которые создавались в другое время — в годы советской власти в сталинские времена, под прямым идеологическим давлением возникшей к этому времени в Советском Союзе тоталитарной системы.

В переходный момент истории нашей страны, накануне распада Советского Союза, создавали свои социально-психологические теории коллектива отечественные ученые, в том числе А. В. Петровский и Л. И. Уманский. Идеологическая и политическая составляющие в предложенном ими понимании коллектива, соответствующие господствовавшей в то время идеологии и политике, отчетливо отразились как в предложенных ими определениях коллектива, так и в противопоставлении «западной» социальной психологии малых групп советской социальной психологии коллектива. Особенно отчетливо это прозвучало в трудах А. В. Петровского, который в своей стратометрической концепции коллектива непосредственно (и без должных на то оснований) противопоставлял межличностные отношения, существующие в развитом советском коллективе, взаимоотношениям, имеющимся в любой малой группе, выделяемой и обсуждаемой в тру-

ных зарубежных (западных) ученых. Л. И. Уманский предложил аналогичное, «идеологически выдержанное» понимание коллектива. Среди выделенных им параметров коллектива имеется, например, коммунистическая направленность.

Сейчас времена изменились, и это, естественно, отразилось на понимании коллектива, соответствующем новой исторической эпохе. Из старых определений коллектива была убрана их политическая и идеологическая составляющая, а все остальное, что действительно характеризует коллектив как высокоразвитую в социально-психологическом отношении социальную группу, в современном понимании коллектива сохранилось.

Феноменология малых групп

Под феноменологией малых групп понимается представление и описание основных явлений, характерных для малых групп. Это прежде всего явления, возникающие в сфере взаимоотношений людей.

Социально-психологическую основу всех отношений, складывающихся в группе, составляют принятые в ней ценности и нормы. Ценностями называют то, что ценится членами данной группы, что для них наиболее значимо и важно. В качестве ценностей могут выступать цели, к которым стремятся члены группы, то, с помощью чего они удовлетворяют свои жизненно важные потребности, психологические качества, проявляемые в деловом и личном общении, и многое другое.

Из ценностей, в свою очередь, вытекают нормы, складывающиеся и действующие в данной социальной группе. Групповыми нормами называют общие правила, которыми в своих действиях и поступках, а также во взаимоотношениях друг с другом руководствуются члены группы.

В управлении жизнедеятельностью группы нормы выполняют ряд важных функций. Наиболее существенные из них — регулятивная, оценочная, санкционирующая и стабилизирующая.

Регулятивная функция групповых норм заключается в том, что они определяют (регулируют) поведение людей в группе и за ее пределами, задают образцы взаимодействий и взаимоотношений, формируют основные требования, предъявляемые к членам группы ее участниками.

Соответствие поведения индивида принятым в данной группе нормам существенно влияет на положение человека в системе взаимоотношений группы. Влияние это разнообразное. С одной стороны, если человек следует сложившимся и принятым в данной группе нормам, то это повышает его авторитет (статус, престиж) в глазах других членов группы. С другой стороны, признание значимости человека, повышение

его статуса влияет на других членов группы. От него в определенной степени начинает зависеть и сама совокупность складывающихся в группе норм. Он может стать их генератором и лидером в группе.

Представление о правильности или неправильности групповых ценностных ориентаций и норм в известном смысле слова относительное. Оно различно у людей, которые эту правильность устанавливают. В каждом конкретном случае при определении групповых норм, их приемлемости или неприемлемости необходимо предварительно уточнять субъектов, с позиций которых они оцениваются. Чаще всего специфику групповых норм определяет большинство членов данной группы: нормами считается то, что в данной группе поддерживает квалифицированное большинство ее членов. Кроме того, сами групповые нормы непостоянны: они могут со временем меняться. Это, например, происходит в случае социально-психологического развития группы, смены ее состава или лидера.

Необходимо ввести еще одно разграничение, касающееся групповых норм. Отсутствие абсолютных групповых норм выражается в том, что для одной и той же группы могут одновременно существовать нормы разного уровня (разной степени обязательности их исполнения). Одни нормы, например, могут быть безусловны для исполнения всеми членами группы, и любое, даже малейшее отклонение от них может караться жесткими санкциями. Другие нормы могут рассматриваться как желательные, но в то же время могут допускаться определенные отклонения от них. В отношении каких-то видов поведения и взаимоотношений членов группы вообще может не существовать каких-либо норм, и такое поведение, не будучи связанным с санкциями, может принимать любые формы. В связи со сказанным можно выделить групповые нормы как минимум трех разных уровней.

Под групповой нормой первого уровня обязательности понимается социальная норма, нарушение которой абсолютно недопустимо. Нормой среднего уровня обязательности можно назвать такую, которая допускает незначительные отклонения от нее (вариации поведения в пределах существующей нормы). Наконец, нормой низкого уровня является такая, соблюдение которой считается делом вкуса, а отклонение от нее наказанию (санкциям) не подлежит. В обществе к нормам первого уровня относятся правовые нормы, нарушение которых карается по закону. К нормам второго уровня относится большая часть норм нравственности, не представленных в виде нравственных императивов (например, норма «быть честным», которая в некоторых случаях жизни допускает отклонения от нее). Нормой низкого уровня обязательности может быть такая норма, которую человек сам уста-

навивает для себя и которой не обязаны следовать остальные члены группы. К этой группе можно, например, отнести повышенные нравственные нормы, выступающие в форме идеалов для каждого отдельно взятого человека.

Для характеристики психологии и поведения людей, которые сами для себя устанавливают повышенные социальные нормы, существует специальное понятие «сверхнормативная активность», или «сверхнормативная деятельность» (Р. С. Немов). Сверхнормативная деятельность (активность) проявляется в том, что человек, не довольствуясь теми нормами, которыми руководствуется большинство других людей, сам для себя выбирает и устанавливает более высокие социальные (например, нравственные) нормы и строго следует им. Речь в данном случае идет о таких нормах, смысл которых заключается в принятии человеком на себя добровольных, повышенных обязательств по осуществлению деятельности, полезной для других людей. Примером такого рода деятельности могут служить разнообразные формы просоциального поведения, рассмотренные нами в одной из предыдущих глав.

К феноменологии малых групп можно отнести и другие явления, возникающие в ней и изучаемые социальными психологами. Их достаточно много. Однако больше всего внимания и времени ученые до сих пор уделяли исследованию таких явлений, как санкции, групповое давление, конформизм, сплоченность, групповая совместимость, поляризация и лидерство. Рассмотрим эти явления.

Групповыми санкциями называют воздействия, оказываемые группой на своих членов. Если эти воздействия имеют положительный характер (одобрение, поощрение, поддержка, защита, принятие в группу, выбор в качестве лидера и т. п.), то говорят о положительных санкциях. Если соответствующие воздействия носят отрицательный оттенок (неодобрение, неуважительное отношение, наказание, лишение привилегий, исключение из группы и т. п.), то их называют отрицательными санкциями. Так понимаемые санкции обычно связаны с групповыми нормами: те члены группы, которые их поддерживают, получают положительные санкции, а те, кто их нарушает, — отрицательные.

Групповым давлением называют влияние, которое оказывает группа на психологию и поведение своих членов. Если это влияние значительное, то, соответственно, речь идет о наличии сильного группового давления. Если же это влияние незначительное, то говорят о слабом групповом давлении. Силу или слабость группового давления можно описательно выразить с помощью следующих примеров (они идут с начала и до конца в порядке постепенного возрастания силы группового давления на индивида).

1. Человек находится один и полностью уверен в том, что никто и никогда не узнает о том, чем он занимается в данный момент времени (ситуация практического отсутствия или минимального группового давления).
2. Человек находится один, но не уверен в том, что другим членам группы не станет известно, что он делает в данный момент времени (ситуация очень слабого группового давления).
3. Человек чем-либо занимается в окружении членов группы, которые на него не обращают никакого внимания и от которых он не зависит (ситуация слабого группового давления).
4. Человек что-то делает в окружении членов группы, которые обращают на него внимание и оценивают его поведение (деятельность). Однако от оценок, даваемых членами этой группы, человек по-прежнему мало зависит (ситуация среднего группового давления).
5. Человек что-либо делает в присутствии других членов группы, которые оценивают его деятельность, и от их оценок человек существенно зависит (ситуация сильного группового давления).
6. Человек проходит испытание в присутствии группы. Группа в данном случае фактически экзаменует человека и решает его судьбу (ситуация очень сильного группового давления).

Одним из возможных последствий оказываемого на человека сильного группового давления может стать конформизм. Он определяется как сознательный отказ человека под давлением группы от собственного мнения, отличающегося от мнений большинства членов группы, и публичное принятие мнения большинства (публичное согласие с ним при сохранении при себе мнения, отличного от мнения большинства). Члены группы, проявляющие подлинный конформизм, отказываясь от отстаивания собственного мнения и принимая мнение других людей, руководствуются какими-либо конъюнктурными соображениями, то есть соображениями личной выгоды. Они осознанно идут на отказ от собственного мнения, оставаясь, однако, при своем мнении, отличном от группового, но не афишируют его и публично о нем не заявляют (далее феномен конформизма будет рассматриваться подробнее).

Групповая сплоченность определяется как внутреннее единство группы. Оно может касаться самых разных вещей, связанных с ее жизнедеятельностью: целей, ценностей, норм, оценок, отношений, форм поведения и т. п. Ни одна группа не может быть абсолютно сплоченной во всех без исключения отношениях: в чем-то она едина в большей степени, а в чем-то — в меньшей. Поэтому в каждом случае изучения и оценки групповой сплоченности необходимо уточнять предмет

сплоченности — то, в отношении чего данная группа оценивается как сплоченная или не сплоченная. С практической точки зрения важно, чтобы группа выступала сплоченной как минимум в вопросах, которые имеют прямое отношение к стоящим перед ней задачам.

Групповая совместимость — это способность членов группы действовать в различных ситуациях как единый, слаженный организм: понимать друг друга, устанавливать хорошие личные и деловые отношения, умело взаимодействовать и т. д. Особенно это важно тогда, когда в группе решаются наиболее важные для нее вопросы. Обычно психологическая совместимость и сплоченность — это две стороны одного и того же — работоспособности или эффективности малой группы.

Групповой поляризацией называют явление, в каком-то смысле противоположное сплочению группы. Оно проявляется в разделении группы на несовместимые группировки, придерживающиеся разных мнений, позиций, суждений, оценок и не желающие идти на компромисс (искать взаимоприемлемое решение).

Лидерством называют выход кого-либо из членов группы в ее лидеры, исполнение им своих лидерских функций и отношения, складывающиеся между лидером и остальными членами группы.

Многие упомянутые выше и некоторые другие явления, характеризующие малую группу, раскрывающие ее феноменологию, мы подробнее рассмотрим в следующих главах учебника.

Эффективность групповой деятельности

Эффективностью групповой деятельности называется то, насколько хорошо группа справляется с возложенными на нее задачами. Обычно эффективность группы сравнивают с успешностью работы такого же количества отдельных людей и считают, что группа работает эффективно, если результаты ее деятельности превосходят объединенные (суммированные) результаты деятельности того же самого числа действующих независимо друг от друга людей.

Исследуя малые группы, психологи неоднократно убеждались в том, что познание закономерностей взаимодействия и взаимоотношений между людьми позволяет повысить эффективность групповой работы. Практически все рассмотренные нами характеристики группы — величина, каналы коммуникаций, композиция, межличностные отношения, стиль лидерства и другие — важны для успешной групповой работы. Уместно теперь поставить и обсудить следующие вопросы.

1. Одинаково ли влияние каждого из названных выше факторов на эффективность групповой деятельности?

2. Какие связи существуют между каждым из них и успешностью групповой работы?
3. Однозначны ли эти связи, или в разных ситуациях и условиях групповой работы они могут быть различными?

В поисках ответов на эти вопросы все ранее рассмотренные социально-психологические характеристики группы можно разделить на два класса: формальные, описывающие структуру группы, способы организации совместной деятельности и общения людей, и содержательные, непосредственно отражающие взаимоотношения людей в данной группе, то есть ее социальную психологию.

К формальным характеристикам группы можно отнести число членов в данной группе, ее композицию, каналы коммуникаций, особенности групповой задачи, распределение обязанностей между членами группы; к содержательным — межличностные отношения, нормы, ценностные ориентации, роли, статусы, лидерство.

Вопрос о том, чему отдать предпочтение при изучении эффективности групповой деятельности — формальным или содержательным ее характеристикам, — достаточно сложный и решается неоднозначно. Психологические особенности группы непосредственно влияют на ее работу, однако изменять их нелегко, и к тому же они зависят от формальных свойств группы, например от ее композиции. Формальными аспектами групповой работы, напротив, управлять легче, но они лишь косвенно влияют на успешность групповой деятельности — через психологию составляющих ее индивидов. Следовательно, важно, помимо прочего, найти ответ на вопрос о том, каким образом взаимосвязаны формальные и содержательные характеристики группы в их совместном влиянии на эффективность групповой деятельности.

Можно выстроить различные факторы, влияющие на успешность групповой деятельности, по их значимости или логическому приоритету. Попробуем это сделать.

Из формальных и содержательных характеристик группы (с точки зрения их совместного влияния на успешность работы группы) на первое место можно поставить содержательные, причем не все, а только те, которые характеризуют группу как развитый коллектив. Вслед за ними следует, по-видимому, расположить формальные и общие содержательные характеристики группы (рис. 2).

Рассматривая вопрос о признаках эффективности групповой работы, социальные психологи предлагают следующее его решение. Имеются три основных критерия эффективности деятельности группы: продуктивность, качество работы и положительное влияние группы

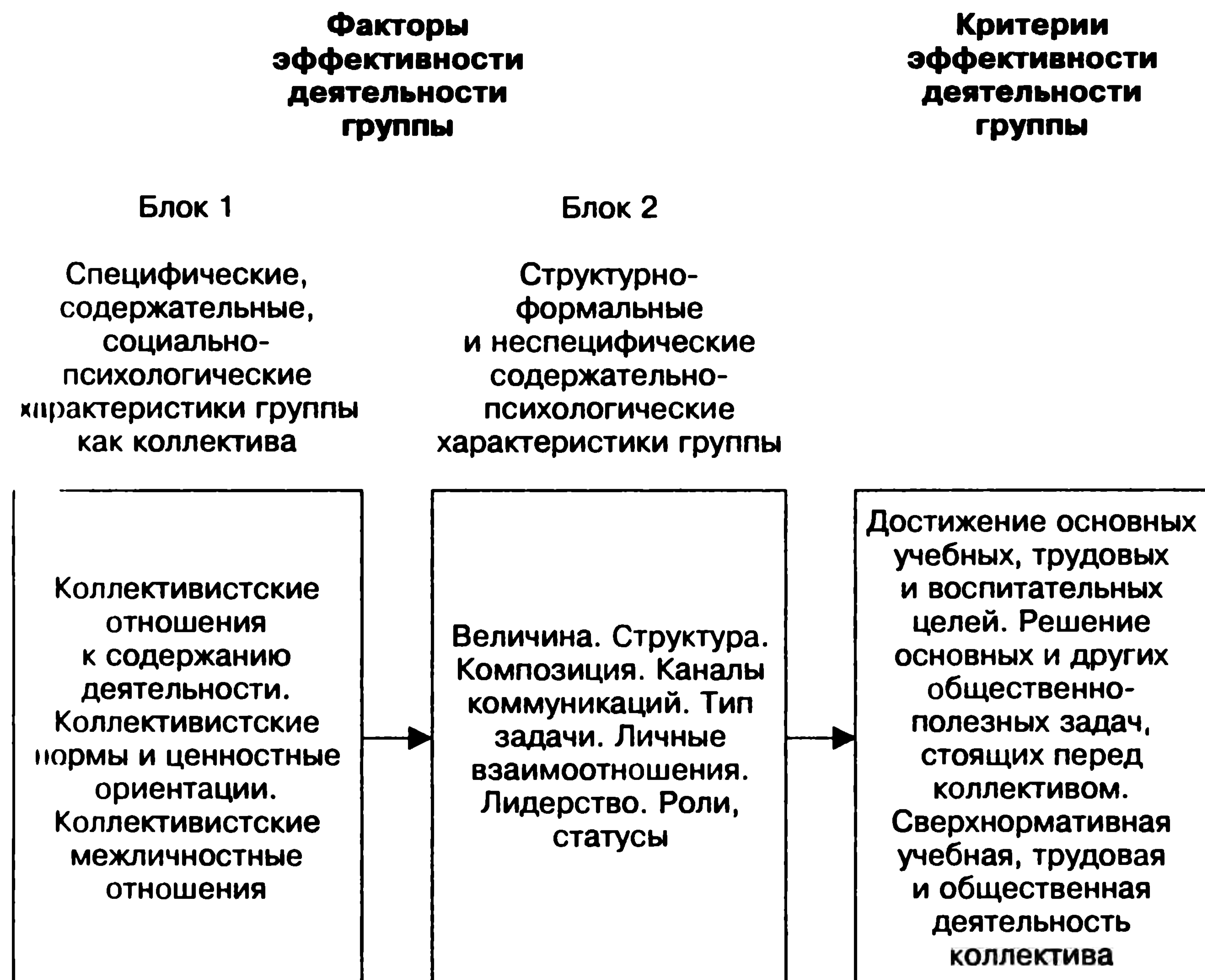


Рис. 2. Факторы эффективности групповой деятельности и их соподчинение

на индивида. Первые два критерия отражают специальные задачи, стоящие перед группами и связанные с ее работой, а третий является общесоциальным. Он реализует положительные социально-психологические функции, связанные с социализацией индивида через малые группы.

Рассмотрим в отдельности, какое влияние на успешность групповой деятельности могут оказывать ее формальные (структурные) и содержательные (психологические) особенности.

Установлено, что величина группы не оказывает прямого и однозначного влияния на успешность ее деятельности. Однако увеличение или уменьшение количества членов в зависимости от задачи группы, ее структуры и взаимоотношений может повлиять на результаты работы.

Психологические следствия увеличения или уменьшения количества членов группы различны, они могут быть как положительными, так и отрицательными. Те и другие для сравнения представлены в табл. 1.

Таблица 1. Следствия увеличения или уменьшения количества членов группы

Положительные	Отрицательные
1. С увеличением группы в ней появляется больше людей с ярко выраженной индивидуальностью. Это создает благоприятные условия для глубокого и разностороннего обсуждения различных вопросов	1. С увеличением числа членов группы может уменьшаться ее сплоченность, возрастать вероятность распада группы на более мелкие группировки. Это существенно уменьшает сплоченность группы и затрудняет достижение единства по обсуждаемым вопросам
2. Чем больше группа по своему размеру, тем легче ради интересов дела распределить в ней обязанности между отдельными членами в соответствии с их возможностями и способностями	2. Большой группой трудно управлять, намного сложнее, чем малой, нелегко организовать взаимодействие ее членов, наладить между ними нормальные деловые и личные взаимоотношения
3. Большая по численности группа может собрать и переработать за одно и то же время большее количество разнообразной информации	3. Рост величины группы может привести к увеличению расхождений во мнениях и к обострению взаимоотношений между членами группы
4. В большой группе увеличивается число людей, которые могут участвовать в выработке и принятии решений, взвешивании и оценке их положительных и отрицательных последствий	4. При увеличении группы статус и авторитет одних ее членов растет, а других — уменьшается, увеличивая психологическую дистанцию между членами группы. Возможности для развития и использования своих способностей, удовлетворения потребностей в общении, самовыражении, признании у одних членов группы возрастают, у других, напротив, уменьшаются, что создает неблагоприятные условия для развития каждой личности
5. С ростом величины группы обычно повышается ее «ресурс талантов». Это увеличивает вероятность принятия оптимальных решений. Для задач, имеющих много альтернативных вариантов решения, это обстоятельство представляется	5. С увеличением группы средний вклад каждого участника в итоги совместной деятельности снижается

На успех работы группы в немалой степени влияет задача, стоящая перед ней. Следует отметить, что групповая задача определяет структуру взаимодействия членов группы в процессе их совместной работы, а эта структура, в свою очередь, влияет на итоги групповой работы.

Композиция, то есть индивидуальный состав группы, определяемый психологическими особенностями ее членов, влияет на жизнь группы так же, как ее величина и решаемые задачи, — через систему взаимоотношений и взаимодействий, характеризующих уровень социально-психологического развития группы как коллектива. При одном и том же составе группа может быть психологически совместимой и несовместимой, работоспособной и неработоспособной, сплоченной и разобщенной.

Высокоразвитые группы с неоднородной композицией — со значительными индивидуально-психологическими различиями членов группы — лучше, чем однородные, справляются со сложными проблемами и задачами. Благодаря различиям в опыте, подходах к решению задач, точках зрения, мышлении, восприятию, памяти, воображению и т. п. их участники с разных сторон подходят к решению одних и тех же задач. В результате увеличивается число идей, вариантов предлагаемых решений и, следовательно, возрастает вероятность эффективного решения поставленной задачи. Неоднородность композиции группы, если она слабо развита, затрудняет взаимопонимание и выработку общей позиции. В таких условиях неоднородность состава группы приводит к противоречиям и конфликтам в сфере личных взаимоотношений. Для упорядоченной деятельности групп их целесообразно в процессе работы разделять на подгруппы, состоящие из людей, психологически совместимых друг с другом, обеспечивать координацию действий и распределение обязанностей (разделение труда) между подгруппами внутри данной группы.

Зависимость успеха деятельности группы от стиля лидерства также находится в непосредственной связи с уровнем социально-психологического развития. Для группы, приближающейся к уровню развития коллектива, имеющей органы самоуправления, способной к самоорганизации деятельности, эффективнее будут коллегиальные формы руководства, предполагающие демократичный, а в некоторых ситуациях даже либеральный стиль лидерства. В группах, находящихся на среднем уровне развития, лучшие результаты даст гибкий стиль лидерства, в котором сочетаются элементы директивности, демократичности и либеральности. В относительно слабо развитых группах, не готовых к самостоятельной работе, неспособных к самоорганизации и имеющих сложные, конфликтные межличностные отношения, предпочтительнее директивный стиль руководства с элементами демократичности.

Директивный стиль как временная мера может оказаться полезным и в среднеразвитых группах при их работе в сложных ситуациях: новая задача, дефицит времени, неожиданные и значительные изменения состава группы, требующие непростого и срочного перераспределения обязанностей, и т. п. Следует, однако, помнить, что слишком частое, социально-психологически необоснованное применение директивного или авторитарного стиля лидерства (руководства) в группе отрицательно сказывается на общем настрое людей, на их взаимодействиях и взаимоотношениях и в конечном счете снижает эффективность групповой работы. Такой стиль лидерства ограничивает самостоятельность членов группы и особенно плохо сказывается на решении творческих задач, требующих независимого мышления каждого члена группы.

Немаловажное значение для успешной работы группы имеют сложившиеся в ней личные взаимоотношения. Взаимные симпатии и антипатии, частота общения и эмоциональная окраска межличностных контактов, другие формы взаимоотношений по-разному могут сказываться на эффективности групповой работы. Хорошие эмоционально-межличностные отношения между членами группы чаще всего способствуют их успешной совместной работе.

Однако в группах разного уровня социально-психологической зрелости эти взаимоотношения проявляют себя по-разному. При сравнительно простых задачах, ставших привычными для членов группы, не требующих от них значительных совместных усилий, не вызывающих у них физической усталости и эмоциональной напряженности, личные взаимоотношения существенно не влияют на результаты групповой работы. Если же группе предстоят непривычные дела, требующие сложных, согласованных, скоординированных действий, больших усилий, порождающие повышенную эмоциональную напряженность (особенно — стрессовую ситуацию), то лучше в такой работе проявят себя более развитые в социально-психологическом отношении группы.

Успех работы группы зависит и от формы организации ее деятельности. Существует несколько таких форм организации: коллективно-кооперативная, организованная на началах взаимодействия и взаимозависимости участников группы в работе; индивидуальная, базирующаяся на самостоятельной работе каждого; скоординированная, при которой каждый работает самостоятельно, но соотносит процесс и результаты своей работы с деятельностью остальных участников группы.

Выбор той или иной формы организации совместного труда определяется двумя факторами: задачей, стоящей перед группой, и уровнем ее социально-психологической зрелости. В большинстве случаев, за исключением некоторых видов сложных творческих работ, пред-

почтение отдается коллективно-кооперативной форме организации совместной деятельности. Она обладает максимальным эффектом, наилучшим образом мобилизует интеллектуальные, эмоциональные и физические ресурсы членов группы, улучшает возможности восприятия, переработки ими информации и принятия оптимальных решений. Эта же форма организации работы лучше других предупреждает ошибочные решения. При сложной творческой работе предпочтительнее индивидуальная и скоординированная формы организации совместной деятельности, время от времени сочетающиеся с коллективно-кооперативной формой организации труда, например при использовании в групповой работе техники брейнсторминга, о которой пойдет речь дальше.

Процесс принятия групповых решений

Одна из главных задач, которую группы в большинстве случаев решают лучше, чем отдельные люди, — это принятие решений по сложным вопросам, когда необходимо собрать и проанализировать с разных сторон, взвесить и оценить большое количество информации, а также найти как можно больше разнообразных решений обсуждаемого вопроса и рассмотреть их с точки зрения их достоинств и недостатков, оценить эти решения.

Ученые — социальные психологи и практики — давно размышляют над вопросом о том, как наилучшим образом организовать групповую работу людей в том случае, когда членам группы за сравнительно короткий срок необходимо принять оптимальное решение по какой-либо сложной проблеме. Для этого используются разнообразные способы организации и проведения групповой дискуссии, научно обоснованные и проверенные на практике.

Метод групповой дискуссии особенно полезен при обсуждении проблем, при принятии решений по вопросам, относительно которых не существует единого мнения, не может быть единственно правильной точки зрения. Смысл коллективного обсуждения таких вопросов состоит не в том, чтобы обязательно прийти к их однозначному решению, а в том, чтобы уяснить суть вопроса, с разных сторон обсудить его и найти его возможные решения, оценить и взвесить каждое из них. Главное в групповых дискуссиях то, что члены группы учатся в них логически рассуждать, четко излагать и аргументированно отстаивать свое мнение, убеждать и слушать других, то есть то, что они обучаются эффективному личному и деловому взаимодействию с другими людьми. В коллективных дискуссиях члены группы начинают лучше понимать друг друга и точнее формулировать свои мысли.

А. Осборном была предложена получившая широкое применение форма организации процесса принятия групповых решений, названная брейнстормингом. Техника брейнсторминга основана на следующем.

1. Подбор в дискуссионную группу ограниченного числа участников — специалистов, которые хорошо разбираются в обсуждаемом вопросе.
2. Четкое распределение между ними ролей в процессе групповой дискуссии. Это, как правило, роли генератора идей (того, кто предлагает конструктивные решения обсуждаемой проблемы или развивает их), роли критиков (тех, кто ищет и указывает на недостатки предлагаемых другими людьми решений), роли арбитров (тех, кто ищет компромиссные решения, учитывающие достоинства и недостатки отдельных решений), роли систематизаторов (тех, кто собирает и классифицирует все высказываемые предложения или точки зрения).
3. Введение четких правил взаимодействия членов группы в процессе их совместной работы (групповой дискуссии). Среди этих правил, например, имеются следующие: в процессе дискуссии ни в коем случае не выходить за пределы отведенной групповой роли; не критиковать других членов группы как личностей; с вниманием и уважением относиться к любому предложению, каким бы странным оно ни казалось.
4. Поэтапность (программность) групповой работы. На каждом этапе дискуссии решается вполне определенная, четко обозначенная задача, и до тех пор, пока она не будет решена, группа не переходит к следующему этапу ее работы.

Другой известный метод организации групповой дискуссии получил название «синектика». Он был предложен У. Гордоном и в буквальном переводе на русский язык означает «соединение разнородного». В группе, работающей по данному методу, выделяются специальные люди — синекторы, которые являются зачинщиками групповой дискуссии или ее ведущими. Они активно включаются в дискуссию между собой и стараются высказать как можно больше разнообразных (желательно — противоположных и на первый взгляд несовместимых) мнений по поводу обсуждаемой проблемы. Другие участники группы включаются в дискуссию синекторов и стараются сблизить их позиции (предлагаемые решения), отбросить крайности и найти компромисс.

Обобщая полезное, имеющееся в техниках брейнсторминга, синектике и других методах организации и проведения групповых дискуссий, можно сказать следующее.

При организации и проведении дискуссии надо учитывать ряд обстоятельств, от которых зависит ее успешность. Прежде всего, членам дискуссионной группы должны быть разъяснены цели и задачи их сов-

местной деятельности, определены процедура дискуссии, время и место ее проведения.

Для того чтобы дискуссия была конкретной, конструктивной и плодотворной, нужно заранее ограничить предмет обсуждения и постоянно следить за тем, чтобы в процессе дискуссии ее участники не отклонялись от заданной темы.

Работа в дискуссионной группе должна строиться на началах взаимного доверия, открытости, проводиться в атмосфере доброжелательности, в которой даже самые экстравагантные и странные мнения не отбрасываются сразу же, не вызывают отрицательной реакции или реплик, унижающих личное достоинство автора.

Психологически правильная организация групповой дискуссии включает в себя несколько последовательно осуществляемых этапов работы.

1. Формулировка и уточнение сути обсуждаемого вопроса (это надо сделать еще до того, как начнется групповая дискуссия). Соответствующий вопрос должен быть сформулирован таким образом, чтобы однозначно пониматься каждым участником дискуссии. На данном этапе в деятельности группы участвуют, как правило, несколько наиболее подготовленных ее членов, которые лучше других знают суть вопроса, способны оценить возможность его решения в группе и точно сформулировать задачу дискуссии. Количество участников здесь должно быть сравнительно небольшим, например от трех до пяти человек, чтобы можно было быстро прийти к единому мнению.
2. Высказывание альтернативных идей о путях и способах решения обсуждаемого вопроса. На данном этапе групповой работы в ней участвуют все члены группы. В группе в это время обязательно должен быть ведущий. Он старается вести дело так, чтобы каждый участник группы имел возможность внести как можно больше различных предложений в решение обсуждаемого вопроса. Оценка и критика вносимых предложений на этом этапе групповой работы не допускаются. Все поступающие предложения фиксируются, систематизируются и в виде краткого резюме представляются всей группе в конце данного этапа дискуссии.
3. Обсуждение достоинств и недостатков каждого из предложений, поступивших на предыдущем этапе. Участники группы последовательно оценивают каждое предложение, высказывают свои критические замечания и отмечают его достоинства. Все критические замечания должны касаться только сути обсуждаемых предложений, но не их авторов. Персональная критика, затрагивающая личность авторов предложений, не разрешается.
4. Взвешивание всех «за» и «против» предложенных вариантов решения обсуждаемой проблемы. На данном этапе вновь, как и в начале, собирается небольшая группа наиболее компетентных участников.

Они рассматривают поступившие предложения вместе с аргументами «за» и «против» каждого из них, выбирают наиболее удачное — наилучшее из них, дорабатывают его, дополняя при необходимости положительными моментами, имеющимися в других предложениях.

5. На основе наилучшего из выбранных предложений далее разрабатывается программа и составляется план действий.

Для того чтобы групповая дискуссия проходила успешно, следует обратить особое внимание на подбор и подготовку ведущего. Эта роль требует специальных умений и навыков, но она не допускает активного вмешательства в происходящее. Ведущий в процессе групповой дискуссии должен только внимательно следить за ходом обсуждения, анализировать и оценивать его, взвешивать правильность аргументов и фактов, приводимых участниками, верность их поведения, степень достижения той цели, которая перед группой поставлена.

Время от времени ведущий берет слово и делится с остальными участниками групповой дискуссии своими мыслями. Вступая с ними в разговор, он должен тщательно избегать персональной критики и выражать свои мысли точно и кратко. У ведущего дискуссии человека почти всегда имеется несколько полезных для обсуждения идей, но ему не следует спешить их высказывать.

Для того чтобы дискуссия не остановилась в том случае, когда мнения участников расходятся, ведущий должен уметь вовремя направить разговор так, чтобы достичь хотя бы согласия по обсуждаемому вопросу и продолжать его обсуждение.

Завершая дискуссии, ведущий еще раз обращает внимание ее участников на результаты обсуждения. Ими могут стать различия во мнениях, позициях, их изменение, произошедшее в результате обсуждения, меры, к которым необходимо прибегнуть в будущем для нахождения лучших решений проблемы, для еще большего сближения позиций участников. Затем ведущий подводит итоги дискуссии.

Важным заключительным моментом организации и проведения группового обсуждения проблем, повышения эффективности групповой дискуссии является оценка ее итогов. Для получения информации о пользе состоявшейся дискуссии членам группы можно задать следующий вопрос: «Насколько полезным для вас было состоявшееся обсуждение?» — и далее попросить их ответить на него, пользуясь следующей шкалой:

- это полностью потерянное для меня время (0 баллов);
- это малополезное для меня занятие (1 балл);

- дискуссия была полезной, но имела много недостатков (2 балла);
- дискуссия была в целом весьма полезной (3 балла);
- дискуссия оказалась очень полезной (4 балла).

? Контрольные вопросы

1. Что такое социальная группа?
2. Какие существуют разновидности социальных групп?
3. По каким признакам выделяют большие, средние и малые социальные группы?
4. Когда и кем начались исследования малых групп?
5. Какую роль в жизни людей выполняют малые группы?
6. По каким признакам можно классифицировать малые группы?
7. Что представляют собой лабораторные и естественные малые группы?
8. Какие малые группы называют случайными (временными) и стационарными (постоянными)?
9. Что такое формальные и неформальные группы?
10. Каким образом определяются группы низкого и высокого уровней развития?
11. Что представляют собой группы членства и референтные группы?
12. Что представляют собой разновидности референтных групп?
13. Какие группы называют первичными и вторичными?
14. Как определяют горизонтальные и вертикальные группы?
15. Что такое гетерогенные и гомогенные группы?
16. Какие группы называют дискуссионными и исполнительскими?
17. Что представляют собой интерактивные и коактивные группы?
18. Каким образом в социальной психологии определяют маргинальные, нормативные и психотерапевтические (психокоррекционные) группы?
19. Какие группы называют группами равных и неравных?
20. Каковы основные направления исследования малых групп?
21. Что такое структура и динамика малой группы?
22. Что представляют собой такие структурные характеристики малой группы, как величина, композиция, каналы коммуникаций, распределение ролей, лидерство и межличностные отношения?
23. Какие существуют подходы к изучению малой группы в процессе ее развития?
24. Что такое ответственность, открытость, коллективизм, контактность, организованность, эффективность и информированность как отношения, характерные для высокоразвитого коллектива?

25. Какое влияние на понимание коллектива оказала политика и идеология, господствовавшие в свое время в Советском Союзе?
26. Что представляет собой стратометрическая концепция коллектива А. В. Петровского?
27. Каковы основные положения параметрометрической концепции коллектива Л. И. Уманского?
28. Что такое феноменология малых групп?
29. Что представляют собой групповые ценности?
30. Каким образом определяются групповые нормы, как они связаны с групповыми ценностями?
31. Какие функции выполняют групповые нормы?
32. Какие существуют групповые нормы с точки зрения обязательности их исполнения?
33. Что такое сверхнормативная активность, или сверхнормативная деятельность?
34. Что называют групповыми санкциями?
35. Что понимают под групповым давлением?
36. Какое явление называют конформизмом?
37. Что такое групповая сплоченность?
38. Как определяют групповую совместимость?
39. Что такое групповая поляризация?
40. Что представляет собой феномен лидерства?
41. Что называют групповым давлением?
42. Каким образом оценивается сила группового давления?
43. Что представляет собой классический эксперимент С. Аша по изучению конформизма?
44. Какие существуют явления, похожие на конформизм, но не идентичные ему?
45. Что такое эффективность групповой деятельности?
46. От каких характеристик группы может зависеть ее эффективность?
47. Каким образом соотносятся формальные и содержательные свойства группы в их влиянии на успешность групповой деятельности?
48. Что представляют собой три основных критерия эффективности групповой деятельности?
49. Какое влияние на успешность групповой деятельности может оказывать ее величина?
50. Каковы положительные и отрицательные последствия увеличения или уменьшения величины группы?
51. Каково воздействие композиции группы на успешность ее деятельности?
52. В чем проявляется влияние стиля лидерства на успешность групповой работы?

53. Каким образом личные взаимоотношения членов группы воздействуют на успешность ее работы?
54. Как зависит эффективность деятельности группы от формы ее организации: индивидуальной или коллективной?
55. В чем заключаются преимущества групповой работы перед индивидуальной при обсуждении и принятии решений по сложным вопросам?
56. Что представляет собой техника брейнсторминга?
57. Что такое синектика как метод организации групповой работы?
58. Каковы оптимальные условия организации и проведения групповой дискуссии?

Литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология. — М., 2006. — С. 136–144, 180–241.
2. Аникеева Н. П. Психологический климат в коллективе. — М., 1989. — С. 3–16, 87–120.
3. Битянова Н. Р. Социальная психология. — М., 2001. — С. 241–387.
4. Донцов А. И. Психология коллектива. — М., 1984. — С. 3–39.
5. Журавлев А. Л. Психология совместной деятельности. — М., 2005. — С. 141–247.
6. Коломинский Я. Л. Психология взаимоотношений в малых группах. — Минск, 2001. — С. 41–94.
7. Кричевский Р. Л., Дубровская Е. М. Психология малой группы. — М., 2001. — С. 7–159, 277–291.
8. Немов Р. С. Социально-психологический анализ эффективной деятельности коллектива. — М., 1984. — С. 7–74, 172–182.
9. Немов Р. С., Кирпичник А. Г. Путь к коллективу: Книга для учителей о психологии ученического коллектива. — М., 1988. — С. 7–89.
10. Обозов Н. Н. Психология малых групп и коллективов // Социальная психология. — Л., 1979.
11. Обозов Н. Н. Совместимость и срабатываемость людей. — СПб., 2000. — С. 5–42.
12. Робер М. А., Тильман Ф. Психология индивида и группы. — М., 1988. — С. 57–69, 176–193.

Глава 8

Лидерство



Краткое содержание

Лидер и лидерство. Различия между лидером и руководителем. Понятие о лидере. Разновидности лидеров в группе. Взаимосвязь типологии лидеров с классификацией стилей лидерства. Причины, по которым в социальной психологии разделяют лидеров и руководителей. Основные различия между лидерами и руководителями.

Теории лидерства. Вопросы, на которые должна дать ответы теория лидерства. Основные социально-психологические теории лидерства. Суть харизматической теории лидерства. Основная идея ситуационной теории лидерства. Теория лидерства, основанная на ценностном обмене. Положения системной теории лидерства.

Стили лидерства. Определение стиля лидерства. Классификация стилей лидерства. Характеристика авторитарного стиля лидерства. Особенности демократического стиля лидерства. Специфика либерального стиля лидерства. Комбинированный и гибкий стили лидерства. Соотношение между типом лидера и стилем лидерства. Выбор оптимального стиля лидерства группой, его современное решение.

Лидер и лидерство. Различия между лидером и руководителем

Лидером называется член группы, чей авторитет, власть и полномочия добровольно признаются остальными членами группы, готовыми ему подчиняться и следовать за ним. Лидер обладает неформальным, или неофициальным, авторитетом в группе, отличным от того авторитета, каким располагает официально назначенный или избранный руководитель. Лидера обычно не выбирают и не назначают. Им, как правило, становится человек, которого члены группы сами признают лидером и который, со своей стороны, изъявляет желание им стать.

Лидером далеко не всегда и не обязательно является официальный руководитель группы. Чаще всего им становится кто-либо другой, причем в одной и той же группе может быть несколько лидеров, и, кроме того, сами лидеры группы могут время от времени меняться.

Управление группой, ее самоуправление, воздействие на психологию и поведение членов группы обычно осуществляются через лидеров, пользующихся авторитетом среди членов данной группы, имеющих в ней высокий статус. Авторитет лидера в группе, как правило, не меньший, чем авторитет руководителя. Лидер группы, как и ее руководитель, в состоянии поднять, увлечь членов группы на выполнение какого-либо дела.

Поначалу, когда исследования лидерства только еще начинались (начало им было положено работами К. Левина), ученые не различали лидеров, не предлагали их классификацию. Дальнейшие исследования, однако, показали, что лидеры в группе могут быть разными. Кроме того, было установлено, что один и тот же лидер время от времени может вести себя в группе по-разному. В связи с этим возникла необходимость постановки и решения следующих двух дополнительных вопросов, связанных с лидером и лидерством.

1. Что представляют собой типы лидеров?
2. Каковы основные стили лидерства?

Рассмотрение последнего вопроса мы перенесем в заключительный параграф данной главы, а первый обсудим сейчас.

В ходе соответствующих исследований были выявлены и описаны следующие виды лидеров: авторитарный, демократический, либеральный, бюрократический, лидер мнений, номинальный лидер, лидер, ориентированный на людей, лидер, ориентированный на работу (решаемую группой задачу), харизматический и ситуационный лидеры.

Авторитарный — это лидер, для которого характерны следующие особенности поведения по отношению к зависимым от него людям:

властность, стремление единолично принимать все решения, навязывание их другим людям, оказывая при этом на них психологическое давление, склонность настаивать на неукоснительном исполнении своих решений, использование приказов и распоряжений как основных методов воздействия на людей, невнимание к ним как личностям, избегание личных взаимоотношений с зависимыми людьми, сосредоточенность в основном на деловых взаимоотношениях в группе.

Демократический лидер является в социально-психологическом плане противоположностью авторитарному лидеру. В его действиях по отношению к зависимым от него людям преобладают следующие типичные тенденции: уважение людей, признание за ними права поступать по-своему, учет мнений других людей, общение с ними как с равными, обращение к людям с просьбами и с советами, а не с приказами или распоряжениями.

Либеральным называют лидера, чье поведение по отношению к людям характеризуется следующими особенностями: предоставление им полной свободы действий, отсутствие какого бы то ни было контроля, нежелание оказывать на них воздействие, передача другим членам группы своих полномочий и подчинение решениям, которые принимает группа.

Бюрократическим называют лидера, предпочитающего пользоваться формально-бюрократическим методом руководства, то есть лидера, чья власть и авторитет в соответствующей группе поддерживаются бюрократическими методами. Такой лидер отдает предпочтение формальным методам организации общения и взаимодействия с людьми, бумагам, документам, соблюдению регламента, следованию установленному порядку и т. п.

Лидер мнения — это человек, к мнению которого члены группы больше всего прислушиваются, суждениям и оценкам которого они больше всего доверяют. Это, например, может быть хороший, наиболее знающий специалист или лучше всего информированный по какому-либо вопросу человек. Такой человек, однако, не всегда является лидером группы в других отношениях.

В качестве номинального лидера выступает человек, который лишь формально считается лидером в группе, но фактически свои лидерские обязанности в группе не выполняет. Вместо него группой руководит кто-то другой или вообще не руководит никто.

Ориентированным на людей лидером называют человека, для которого главным в его деятельности является благополучие составляющих данную группу людей. Лидером, ориентированным на работу (вариант — на решаемую группой задачу), называют лидера, для которого главным в руководстве группой является решение стоящей перед ней

задачи, а не благополучие составляющих ее людей. Лидеры, ориентированные на людей, в определенном отношении являются противоположностью лидерам, ориентированным на работу, хотя возможны ситуации, когда та и другая тенденции — ориентация на работу и людей — сочетаются в действиях одного и того же лидера.

Харизматическим лидером называют человека, который «родился быть лидером», которому, как говорят, на роду написана судьба: быть лидером для других людей. Считается, что такой человек от природы наделен соответствующими, особенными лидерскими свойствами: способностями и чертами характера.

Ситуационным называют лидера, который на некоторое время может стать лидером в группе, если в ней сложится благоприятная для этого ситуация. Ситуационный лидер иногда рассматривается как альтернатива харизматическому лидеру.

Забегая вперед, отметим, что типология лидеров во многом совпадает с представленной в последнем параграфе данной главы классификацией стилей лидерства, и это не случайно. С одной стороны, тип лидера определяется по предпочитаемому им стилю лидерства; с другой стороны, стилю лидерства дают характеристику в соответствии с индивидуальными (личностными) особенностями лидера, которые он демонстрирует в общении с людьми.

С начала использования в отечественной социально-психологической литературе понятий лидера и лидерства (70-е годы XX века) возник вопрос о том, чем отличается лидер группы от официально существующего в ней или назначаемого руководителя. Этот вопрос в зарубежной социально-психологической литературе фактически не обсуждался. Более того, все, что касается лидера (лидерства), автоматически и безоговорочно переносилось на руководителя (руководство), поскольку там, где ученые первыми приступили к разработке этой проблематики (США, 30-е годы XX века), руководителями групп в основном становились лидеры, а назначенные руководители должны были выступать в роли лидеров для руководимых ими групп.

Данный вопрос впервые возник в условиях советской авторитарной системы в то время, когда в нашей стране начались исследования лидерства. В этой социальной системе в то время не существовало практики выбора руководителей: их, как правило, официально назначали. Поэтому с самого начала нужно было развести понятия лидера (лидерства) и руководителя (руководства), в том числе и для того, чтобы показать, что созданная на Западе теория лидерства советским людям якобы не подходит. Наиболее четко и последовательно лидерство (лидер) и руководство (руководитель) были разведены в работах Б. Д. Парыгина.

Сравнивая лидера и руководителя (соответственно руководство и лидерство), Б. Д. Парыгин указывает на следующие различия между ними.

1. Лидер в основном осуществляет регуляцию неофициальных отношений в группе, в то время как руководитель управляет главным образом официальными отношениями.
2. Лидерство — это явление, характерное для системы межличностных (психологических) отношений, в то время как руководство — феномен, свойственный системе социальных (общественных) отношений.
3. Лидерство возникает стихийно, а руководство — организовано.
4. Для появления или изменения лидерства не существует каких-либо официально принятых процедур, в то время как для появления и изменения руководства такие процедуры существуют.
5. Явление лидерства менее стабильно и более динамично, чем явление руководства. Лидер может появляться и изменяться в группе часто, в то время как руководитель появляется и сменяется намного реже.
6. Руководитель, воздействуя на группу и ее членов, пользуется системой официально закрепленных за ним прав и соответствующих санкций, в то время как лидер ни правами, ни официальными санкциями не располагает.
7. Процесс принятия решений руководителем намного более сложен в процедурном отношении, чем процесс принятия решений лидером.
8. Сфера проявлений лидерства и деятельности лидера — это в основном малая группа, в то время как область проявлений деятельности руководителя выходит за пределы малой группы.

Теории лидерства

За время исследования феномена лидерства сложилось несколько теорий, по-разному отвечающих на следующие связанные с лидерством вопросы.

- Каждый ли человек может стать лидером в группе?
- Какими свойствами нужно обладать, чтобы быть хорошим лидером?
- Совокупность каких условий обеспечивает выход человека в лидеры группы?

Ответы на эти вопросы, представленные в обобщенном и систематизированном виде, получили название теорий лидерства, хотя пол-

ноценные теории лидерства должны были охватывать и объяснять все, что связано с лидером и лидерством, а не только отвечать на данные вопросы. Со временем сложились и чаще всего упоминаются в современной научной литературе следующие теории лидерства: харизматическая, ситуационная, теория ценностного обмена и системная.

Харизматическая теория лидерства связывает его с наличием у человека особых личностных свойств, которые позволяют ему быть лидером среди других людей. В данной теории, кроме того, утверждается, что соответствующие свойства имеются у человека с рождения или даны ему как некая «благодать от бога» (отсюда — название данной теории, поскольку слово «харизма» означает одновременно и «божий дар» и «божья благодать»).

Исследования, направленные на опытную проверку данной теории, не подтвердили ее. Авторы соответствующих исследований пытались отыскать и описать черты личности или способности, свойственные хорошим лидерам, имеющиеся у одних людей с рождения и отсутствующие у других людей. Это, однако, сделать не удалось, так как многочисленные описания таких черт, полученные разными авторами, между собой не совпадали и, кроме того, среди черт, упоминаемых в разных работах, оказалось немало таких, от которых зависит успешность любой деятельности человека, а не только лидерства как такового. В результате никаких общих личностных свойств, которые назывались бы всеми без исключения сторонниками харизматической теории лидерства, не оказалось. Кроме того, практически все называемые в разных списках черты харизматического лидера врожденными не являются.

Ситуационная теория лидерства, пришедшая на смену харизматической, содержала в себе иное объяснение феномену лидерства. Согласно этой теории человеку вовсе не обязательно обладать какими-то особенными личностными качествами, чтобы стать лидером. Для этого достаточно иметь некоторые положительные свойства, ценимые людьми, и благоприятную ситуацию для их проявления. Именно ситуация, складывающаяся в группе, определяет выход того или иного человека в лидеры, если его достоинства оказываются в данной ситуации востребованными другими членами группы. Таким образом, в решении вопроса о том, что определяет выход человека в лидеры группы, в ситуационной теории лидерства акцент был перемещен с личности лидера на ситуацию, сложившуюся в группе.

В теории ценностного обмена, автором которой считается российский психолог Р. Л. Кричевский, утверждается, что превращение человека в лидеры группы зависит не столько от его индивидуальных особенностей или ситуации, складывающейся в группе, сколько от взаимодействия

данного человека с группой. Если в ходе такого взаимодействия индивид и группа обнаружат общие интересы или ценности, то это обстоятельство будет способствовать выходу соответствующего человека в лидеры группы. Индивид и группа, говоря словами Кричевского, как бы «обмениваются ценностями», и если в ходе такого обмена обнаруживается, что их ценности совпадают или взаимно дополняют друг друга, то этого достаточно, чтобы группа избрала данного человека в лидеры.

Обсуждение учеными различных теорий лидерства показало, что каждая из них содержит в себе определенную долю истины и правильно акцентирует внимание на том, что необходимо для лидерства. Однако, подчеркивая необходимое, каждая из рассмотренных выше теорий лидерства не может претендовать на то, что она описывает достаточные условия для выхода того или иного человека в лидеры. Необходимо, по-видимому, сочетание многих факторов, чтобы конкретный человек стал лидером в конкретной группе.

Из этих соображений родилась еще одна теория лидерства, которая получила название системной. В данной теории лидерства утверждается, что, во-первых, лидерство однозначно не определяется единственным фактором; во-вторых, для того, чтобы кто-либо стал лидером в группе, необходимо сочетание целого ряда условий, причем эти условия должны возникнуть одновременно. Например, нужно, наверное, чтобы человек обладал и определенными личными достоинствами, необходимыми для лидера, и чтобы в группе сложилась подходящая для его лидерства ситуация, и чтобы его собственные ценности соответствовали ценностям других членов группы.

Стили лидерства

Кроме понятия лидерства, в социальной психологии используется другое понятие, уточняющее представление о нем. Это — стиль лидерства. Он определяется как совокупность средств и методов психологического воздействия, которыми пользуется лидер для оказания влияния на остальных членов группы.

Понятие стиля лидерства охватывает собой все возможные взаимодействия и взаимоотношения, которые складываются между лидером и другими членами группы. Однако в тех случаях, когда это понятие употребляется в социально-психологической литературе, под стилем лидерства понимаются те отношения, инициатором которых в группе выступает именно лидер.

Традиционно принято различать три основных стиля лидерства: авторитарный, демократичный и либеральный.

Авторитарный стиль характеризуется выраженной властностью лидера, директивностью его действий, единоначалием в принятии решений, систематическим контролем действий ведомых. Авторитарный лидер обычно не позволяет зависимым от него людям вмешиваться в руководство группой, подвергать сомнению или оспаривать принимаемые им решения. Он четко разделяет свои собственные права и обязанности тех, кто от него зависит, ограничивая действия последних лишь исполнительскими функциями. Для него идеальный подчиненный — это дисциплинированный исполнитель.

От авторитарного лидерства демократичный стиль отличается тем, что лидер, использующий подобный стиль, постоянно обращается к мнению зависимых от него людей, советуется с ними, привлекает их к выработке и принятию решений, к сотрудничеству в управлении группой. Он не проводит четкой линии между собственными правами и обязанностями других членов группы. Часть своих полномочий он добровольно передает членам группы. Они, в свою очередь, также добровольно принимают на себя часть его обязанностей и помогают лидеру в исполнении его функций, если в этом возникает необходимость. Демократичный лидер ценит таких людей, кто самостоятелен и инициативен, творчески подходит к делу. Он уделяет большое внимание не только деловым, но и личным взаимоотношениям в группе.

Либеральный стиль лидерства — это форма поведения лидера, при которой он фактически уходит от своих обязанностей по руководству группой и ведет себя так, как будто он не лидер, а рядовой член группы. Ключевые вопросы внутригрупповой жизни в этом случае или не решаются вообще, или решаются большинством членов группы путем голосования. Фактически в данном случае человек, о котором идет речь, является лидером лишь номинально, в действительности же группой персонально никто не руководит.

Кроме описанных выше трех стилей лидерства, которые в свое время были выделены и описаны еще К. Левином, со временем в социально-психологической литературе стали называться и обсуждаться и многие другие стили лидерства, среди которых такие, как комбинированный и гибкий.

Комбинированным называется стиль лидерства, при котором один и тот же лидер использует в практике общения с членами группы элементы всех трех описанных выше стилей лидерства: авторитарного, демократического и либерального, причем они представлены в его действиях примерно в одинаковой пропорции. Такого лидера нельзя однозначно отнести к любому из трех указанных выше типов: авторитарному, демократическому или либеральному.

Гибким называется стиль лидерства, в котором так же, как и в комбинированном стиле лидерства, могут присутствовать элементы всех трех стилей лидерства — авторитарного, демократического и либерального, однако они в данном случае, как и сам стиль лидерства, не являются стабильными, время от времени меняются в зависимости от складывающейся в группе ситуации. Другими словами, такой стиль лидерства является изменчивым и его вариации зависят от обстановки, сложившейся в группе, а также от состояния и настроения самого лидера.

На протяжении многих лет научного изучения лидерства перед учеными и практиками неоднократно возникал вопрос: какой из стилей лидерства является оптимальным (наилучшим)? Поначалу, когда только еще зарождались соответствующие исследования, считалось, что демократичный стиль лидерства является наилучшим. Это, в частности, утверждал и сам К. Левин. С аргументами сторонников данной точки зрения, казалось бы, трудно было спорить: действительно, в демократическом стиле лидерства гораздо больше привлекательных черт, чем в других стилях лидерства. При таком стиле в группе создается самая благоприятная психологическая атмосфера для творческой работы, для удовлетворения важных социальных потребностей людей. Этот стиль лидерства, безусловно, способствует постановке и решению группой наиболее сложных задач. Он и самими людьми психологически воспринимается как наиболее благоприятный.

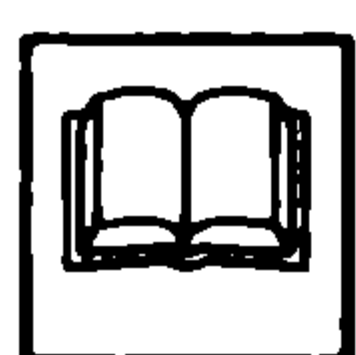
Тем не менее утверждать, что данный стиль лидерства является наилучшим и к нему надо стремиться во всех случаях жизни, нет оснований. Нередко предпочтительнее демократического оказывается авторитарный и даже либеральный стиль лидерства, например тогда, когда плохо организованной, неспособной к саморегуляции, слабо развитой группе необходимо в условиях дефицита времени быстро добиться нужного результата. В этом случае требуется строгая дисциплина, взаимная ответственность, четкая согласованность действий членов группы. Все это лучше всего обеспечивается именно авторитарным стилем лидерства. Поэтому практически самым удачным, скорее всего, является не один какой-либо из перечисленных выше стилей лидерства, а такой, при котором лидер, умея вести себя по-разному: и авторитарно, и демократически, и либерально, и гибко, тонко чувствует атмосферу, сложившуюся в группе, и в зависимости от этого меняет свой стиль лидерства.



Контрольные вопросы

1. Кого называют лидером в группе?
2. Какие существуют типы лидеров?

3. Что представляет собой авторитарный лидер?
4. Какого лидера называют демократическим?
5. Как ведет себя в группе либеральный лидер?
6. Какие особенности отличают бюрократического лидера?
7. Кого называют лидером мнений?
8. Что такое номинальный лидер?
9. Что представляет собой лидер, ориентированный на людей?
10. Как действует лидер, ориентированный на работу (на решаемую группой задачу)?
11. Какого лидера принято называть харизматическим?
12. Какой лидер обозначается как ситуационный?
13. Как взаимосвязаны типология лидеров и классификация стилей лидерства?
14. По каким причинам в советской социальной психологии было принято различать лидеров и руководителей?
15. Каковы основные отличия руководителя от лидера?
16. Что такое теории лидерства?
17. Какие теории лидерства существуют в социальной психологии?
18. Что представляет собой харизматическая теория лидерства?
19. Какова основная идея ситуационной теории лидерства?
20. В чем суть теории лидерства, основанной на ценностном обмене?
21. Каковы основные идеи системной теории лидерства?
22. Что такое стиль лидерства?
23. Какие существуют стили лидерства?
24. Какой стиль лидерства называют комбинированным?
25. Что представляет собой гибкий стиль лидерства?
26. Как стиль лидерства связан с типом лидера?
27. Каким образом в современной науке и практике решается вопрос о выборе оптимального стиля лидерства?



Литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология. — М., 2006. — С. 198–229.
2. Битянова Н. Р. Социальная психология. — М., 2001. — С. 269–295.
3. Джуэлл Л. Индустриально-организационная психология. — СПб., 2001. — С. 624–667.
4. Журавлев А. Л. Психология совместной деятельности. — М., 2005. — С. 337–358.
5. Кричевский Р. Л., Дубовская Е. М. Социальная психология малой группы. — М., 2001. — С. 231–277.
6. Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Агрессия. — СПб., 2002. — С. 166–174.

Глава 9

Межличностные и межгрупповые конфликты



Краткое содержание

Понятие, виды и структура межличностных и межгрупповых конфликтов. Отсутствие точного научного определения конфликта. Узкое и широкое понимание конфликта. Междисциплинарный характер проблемы конфликтов. Выделение этой проблематики в специальную междисциплинарную область знаний — конфликтологию. Социология и психология как основные науки, вносящие свой вклад в разработку конфликтологии. Положение конфликтологической проблематики в современных психологических науках. Специфика постановки и решения проблемы конфликтов в разных областях психологии. Проблематика конфликтов в социальной психологии. Определение и варианты межличностных и межгрупповых конфликтов. Типы конфликтов между личностями и группами. Различие и взаимосвязь межличностных и межгрупповых конфликтов. Ролевой конфликт. Основания для классификации межличностных и межгрупповых конфликтов. Деление конфликтов по предмету. Классификация конфликтов по числу участников. Позиции участников в вопросе, по которому возник конфликт, как основания для деления конфликтов на типы. Разделение конфликтов в зависимости от степени их остроты. Деление конфликтов на группы по их последствиям. Типология конфликтов до К. Левину. Структура конфликта.

Причины межличностных и межгрупповых конфликтов. Множественность причин межличностных и межгрупповых конфликтов. Связь понимания причин конфликтов с теориями, в русле которых они обсуждаются. Рассмотрение конфликтов с позиций школы групповой динамики. Интерпретация конфликтов в русле социометрии. Бихевиористское направление в изучении конфликтов. Гуманистический подход к представлению о конфликтах. Когнитивистская трактовка конфликтов. Частные, авторские представления о конфликтах. «Глубинно-психологическая» трактовка причин конфликтов. Связь склонности личности к конфликтам с акцентуациями характера.

Функции межличностных и межгрупповых конфликтов. Многообразие социально-психологических функций конфликтов, наличие среди этих функций как положительных, так и отрицательных. Положительные функции межличностных конфликтов. Отрицательные функции межличностных конфликтов. Возможные положительные следствия межгрупповых конфликтов. Вероятные отрицательные следствия межгрупповых конфликтов.

Стратегии поведения, способы предупреждения и разрешения межличностных и межгрупповых конфликтов. Определение понятия «стратегии поведения сторон в конфликтной ситуации». Типы стратегий поведения в конфликтах по К. Томасу. Избегание как стратегия поведения в конфликтной ситуации. Игнорирование как способ действий в ситуации конфликта. Адаптация (приспособление) как стратегия поведения, необходимая в том случае, если возникший конфликт не разрешается. Сглаживание как форма поведения в конфликтной ситуации. Уступка (отступление) как стратегическое действие в конфликте. Обострение как стратегия поведения, направленная на сохранение или усиление конфликта. Соперничество как стратегия поведения, ориентированная на разрешение индивидом конфликтной проблемы в свою пользу. Компромиссное стратегическое решение конфликта за счет сотрудничества. «Конструктивисты» и «манипуляторы» как личности, реализующие две общие, типичные стратегии поведения в конфликтной ситуации.

Понятие, виды и структура межличностных и межгрупповых конфликтов

На многих языках слово «конфликт» пишется и произносится примерно одинаково, однако в него, причем даже в психологической литературе, нередко вкладывается разное содержание. При наличии некоторого общего, скорее интуитивного, чем научного, представления о том, что такое конфликт, определения данного понятия у разных авторов имеют свою специфику.

Общим содержанием, вкладываемым большинством ученых и практиков в понятие «конфликт», является представление о существовании некоторого несоответствия, противоречия, столкновения, противостояния или борьбы между тем (или теми), что (или кто) находится в состоянии конфликта. Толкование конфликта может выступать или как индивидуально своеобразное, узкое, или же, напротив, как расширенное.

В узком его определении конфликт — это острое, осознаваемое, трудноразрешимое или неразрешимое противоречие между интересами, оценками, действиями, поступками и т. п. В широкой трактовке конфликт — любое несоответствие или расхождение между чем-либо или кем-либо. Конфликты в их узком понимании возникают и существуют только между людьми, в то время как конфликты в их расширенной трактовке могут существовать как между людьми, так и между животными, вещами, явлениями и т. п.

В человеческих взаимоотношениях конфликты возникают постоянно и могут касаться множества самых различных вопросов, большинство которых вообще не находятся в компетенции психолога, который ни предупреждать, ни разрешать подобного рода конфликты при помощи своих рекомендаций и методов зачастую не в состоянии. Конфликты могут затрагивать социальные, юридические, военные, экономические и многие другие вопросы жизни как отдельных людей, так и социальных групп: больших, средних и малых.

Поэтому изучением конфликтов занимаются представители многих областей знаний, причем конфликтологическая проблематика является настолько важной, что с недавнего времени она оформилась в специальную междисциплинарную область научных знаний, которая называется конфликтологией. В ней представлены и обсуждаются многие проблемы, причины, разновидности и способы предупреждения и разрешения конфликтов, а ключевую роль в данной области знаний традиционно играют две науки: социология и социальная психология. Однако даже в этих двух, близких друг к другу по происхождению

и проблематике областях знаний конфликты представляются и рассматриваются под разными углами зрения. Еще в большей степени это характерно для других наук, входящих в состав конфликтологии.

Поэтому, несмотря на существование такой междисциплинарной науки, она по своему содержанию больше напоминает сборник работ «под одним переплетом», чем действительно интегрированную науку. Это дает основание каждой из отдельных наук, вносящих свой вклад в конфликтологию, в том числе социальной психологии, ставить, обсуждать и решать проблему конфликтов отдельно от того, как она рассматривается в других областях научных знаний.

Раздел, посвященный конфликтам, существует не только в социальной, но и в других областях психологии. Так, например, проблема конфликтов рассматривается в общей, детской и возрастной психологии (конфликты, характерные для детей и взрослых людей разного возраста, например конфликты, сопровождающие возрастные кризисы), в психологии личности (конфликты на уровне когнитивной сферы человека или же внутриличностные конфликты).

Специфика рассмотрения конфликтов в социальной психологии заключается в следующем. Здесь представлены и обсуждаются конфликты между людьми на межличностном и межгрупповом уровнях, а также конфликты между индивидом и группой. В первом случае имеются в виду конфликты, возникающие или между отдельными людьми, или внутри отдельных социальных групп между их участниками. Во втором случае речь идет о конфликтах, существующих между отдельными малыми, средними или большими социальными группами. В третьем случае имеются в виду конфликты, возникающие между отдельными людьми и большинством или всеми остальными в различных социальных группах. Первая разновидность конфликтов является предметом исследования преимущественно в психологии, вторая — в социологии, третья в одинаковой степени интересует как психологов, так и социологов. Предметом главного внимания социальной психологии является межличностный конфликт.

Межличностный конфликт определяется как конфликт, существующий между двумя или более людьми (личностями). Межгрупповой конфликт, соответственно, — это конфликт, возникший между социальными группами. На индивидуальном уровне он также может существовать как конфликт между личностями, но в этом случае каждый из его участников представляет не столько себя, сколько свою социальную группу. Как личности эти люди могут не находиться друг с другом в прямых конфликтных отношениях, однако между ними как представителями соответствующих социальных групп конфликт все же

существует. К примеру, люди в странах, воюющих друг с другом, могут лично между собой не враждовать и даже находиться в дружеских отношениях, но в том случае, если они представляют в данном конфликте свои страны, признается, что конфликт между ними как представителями этих стран есть.

Конфликты между личностями и группами могут быть разными. Например, индивид в конфликте может противостоять всей группе в целом. Против него может выступать какая-то часть объединившихся друг с другом членов группы. Наконец, он как представитель данной группы может оказаться в конфликте с представителями другой социальной группы.

Конфликт называют межличностным, если оба его участника — это отдельные люди. Конфликт носит название межгруппового, если он возник между группами людей. Если одна из сторон конфликта является группой, а другую представляет индивид, то такой конфликт обозначается как личностно-групповой. В том случае, если в данную конфликтную ситуацию вовлечены только отдельные люди, конфликт называют персональным. Когда же конфликт охватывает группу в целом, он обозначается как групповой.

Разновидностью межличностных и одновременно групповых конфликтов являются ролевые конфликты, то есть конфликты между людьми, основанные на том, что они берут на себя и исполняют социальные роли, противоречащие или несовместимые с теми социальными ролями, которые на себя берут другие, вступающие с ними в общение люди. Известным примером такого рода конфликтов являются те, которые выделены и описаны Э. Берном. Это межличностные конфликты, связанные с социально-психологической несовместимостью ролей родителя, ребенка и взрослого.

Межличностные и межгрупповые конфликты не являются единообразными, и, как все другие конфликты, их можно классифицировать, выбирая различные основания для их разделения на группы. Таким основаниями, в частности, могут быть:

- 1) предмет конфликта;
- 2) число участников конфликта;
- 3) позиции участников в конфликте;
- 4) острота конфликта;
- 5) последствия конфликта.

Предмет конфликта — это то, в отношении чего он возник, например вопрос или проблема, понимание причин и подходы к решению которой у участников конфликта оказались разными, несовместимы-

ми. Сами предметы конфликтов также можно делить на группы, но практически построить такую классификацию затруднительно, так как конфликтов множество и почти в каждом случае они являются своеобразными по своему предмету.

По числу участников конфликты могут быть частными (конфликт, возникший между одной парой людей), множественными (конфликт, в который вовлечены несколько пар людей) и групповыми (конфликт, сторонами которого выступают целые группы людей). В последнем случае это могут быть микрогруппы (2–4 человека), малые группы (от 4–5 до 20–30 человек), средние группы (организации, включающие в себя десятки малых групп) и большие социальные группы (в этом случае конфликт носит название социального).

По позициям, занимаемым в конфликте его участниками, конфликты можно характеризовать как неопределенные, определенные и непримиримые.

Неопределенный конфликт характеризуется тем, что люди, находясь в состоянии конфликта друг с другом, не очень хорошо осознают, почему данный конфликт возник, в чем заключаются противоречия между ними. Люди, кроме того, колеблются, сомневаются в своей правоте и в любой момент времени готовы пойти на компромисс, изменить свое мнение по вопросу, который стал предметом конфликта между ними.

Определенным можно назвать конфликт, в котором позиции его сторон четко определены, и они готовы их отстаивать, однако делают это корректно, цивилизованно, избегая прямых столкновений друг с другом. Конфликтующие стороны в этом случае убеждены в правильности своего мнения, но готовы к тому, чтобы выслушать противоположную сторону, понять ее, а также терпеливо и настойчиво объяснить свое мнение.

Непримиримым называется конфликт, в котором стороны не готовы и не желают друг другу уступать. Более того, у них даже нет желания выслушать и понять друг друга. Каждая из сторон в этом случае абсолютно убеждена в том, что она права, а противоположная сторона не права, а также в том, что противоположная сторона сознательно и целенаправленно препятствует ей в достижении поставленных целей, категорически не желает изменять свою позицию. Каждый из участников такого конфликта размышляет примерно так: «Что бы мне ни говорили, я останусь при своем мнении и ни при каких условиях его не изменю». Если два первых типа конфликта — неопределенный и определенный — являются, в принципе, разрешимыми, то последний конфликт выступает как неразрешимый.

По своей остроте межличностные и межгрупповые конфликты могут быть слабыми, умеренными и сильными (острыми).

Слабо выраженный конфликт проявляется в том, что его участники понимают, что между ними имеются противоречия по некоторым вопросам. Признавая это, они, однако, продолжают находиться друг с другом в нормальных личных и деловых взаимоотношениях.

Умеренным называют конфликт, который мешает людям нормально общаться и взаимодействовать друг с другом. Хотя они могут сохранять между собой определенные деловые взаимоотношения, однако хорошие личные взаимоотношения между ними из-за возникшего конфликта уже не складываются. Данный конфликт тем не менее еще не проявляется в острых столкновениях людей друг с другом: они терпимо относятся к такой ситуации и как-то стараются адаптироваться друг к другу.

Острым называется конфликт, который уже не позволяет людям устанавливать между собой какие-либо нормальные отношения, деловые или личные. Участники такого конфликта ни физически, ни психологически не могут выносить друг друга, испытывают по отношению друг к другу явно выраженную неприязнь, демонстрируют неприкрытую враждебность. Поэтому между ними в любой ситуации возникает и обостряется конфликт, приводя к прямым столкновениям друг с другом, к проявлениям открытой агрессии в отношении противной стороны.

По своим последствиям конфликты могут быть без последствий, с серьезными негативными последствиями и катастрофическими.

Конфликт без последствий — это такой конфликт, который быстро и успешно преодолевается людьми, не ухудшая их деловых или личных взаимоотношений, не приводя к неприятным для его участников последствиям.

Конфликт с негативными последствиями — это такой конфликт, который до конца не преодолевается или же приводит к каким-либо неприятным для его участников последствиям. Однако эти последствия, в принципе, могут быть устранимыми.

Катастрофическим называют конфликт, который для одной или обеих его сторон оборачивается своеобразной «психологической катастрофой» с неустранимыми и крайне неприятными последствиями. Эти последствия, как правило, бывают такими, что участники конфликта в конечном счете начинают сожалеть о том, что пошли на конфликт друг с другом.

По своим результатам конфликты можно разделить на конструктивные и деструктивные. Конструктивные — это конфликты, разрешение которых улучшает реальное положение дел в той области, в которой данный конфликт возник. Деструктивными можно назвать конфликты, которые, напротив, ухудшают положение дел даже в том случае, если они успешно разрешаются.

Один из основателей психологической конфликтологии К. Левин выделил три основных типа конфликтов, которые характеризуют как личность, так и межличностные отношения людей. Он назвал эти конфликты следующим образом.

1. *Конфликт типа «приближение — приближение»*. Он характеризуется тем, что человек стремится к достижению сразу двух целей, которые оказываются несовместимыми друг с другом. Например, человек решает проблему выбора партнера по браку — одного из двух одинаково привлекательных для него людей.
2. *Конфликт типа «удаление — удаление»*. Он отличается необходимостью совершения выбора между двумя в одинаковой степени непривлекательными людьми. Например, человек стоит перед выбором партнера по делу, причем оба его потенциальных компаньона нежелательны для него, а другого выбора у него нет. Тогда человек соглашается на работу с одним из двух непривлекательных для него партнеров. Суть самого конфликта заключается в том, что сделать такой выбор нелегко.
3. *Конфликт «приближение — удаление»*. Он характеризуется тем, что один и тот же человек может оказаться для индивида как привлекательным (обладать положительными чертами), так и непривлекательным (обладать отрицательными или отталкивающими чертами).

Структура конфликта — это, с одной стороны, участвующие в нем люди, а с другой стороны — предмет их спора (разногласий, конфликта). Стороны, участвующие в конфликте, могут играть в нем главную или второстепенную роль. Основные участники конфликта — это те люди, между которыми он возник и существует. Второстепенные, или дополнительные, участники конфликта — это люди или социальные группы, которые соответствующий конфликт поддерживают (соучастники или провокаторы конфликта) или стремятся уладить (посредники, арбитры).

Иногда в состав участников конфликта включают тех, кто в нем непосредственного или прямого участия не принимает, но на ком данный конфликт вольно или невольно сказывается. Таких людей или такие социальные группы принято называть вовлеченными в конфликтную ситуацию. Сами они активной роли в конфликте не играют, не выступают в качестве его непосредственных участников, первопричины, не являются ни провокаторами, ни примирителями в конфликте, но на них, на их благополучии возникший конфликт так или иначе отражается.

В структуру конфликта входит вопрос (проблема, предмет), относительно которого конфликт возник, а также позиции, занимаемые сторонами конфликта в перспективе его разрешения. Если возникший конфликт имеет решение, то в его структуру также можно включать возможные варианты решения, известные или неизвестные конфликтующим сторонам, приемлемые или неприемлемые для них.

Конфликты между людьми возникают в конкретной социальной ситуации. Поэтому ее характеристику, а также восприятие данной ситуации конфликтующими сторонами тоже обычно включают в структуру конфликта. Вступая в конфликт друг с другом или занимаясь поиском его решения, конфликтующие стороны руководствуются определенными соображениями — мотивами. В связи с этим характерные для них мотивы поведения в конфликтной ситуации можно также относить к структуре конфликта.

Конфликт — это динамическое явление. Оказавшись участниками конфликта, его стороны предпринимают определенные действия. Эти действия, если они четко идентифицируются и описываются, являются составляющими элементами конфликта или входят в состав его структурных компонентов.

Причины межличностных и межгрупповых конфликтов

Межличностные и межгрупповые конфликты могут возникать по разным причинам. Даже если конфликт как социально-психологическое явление рассматривается в рамках единой концепции, выделяются и описываются, как правило, множество его причин. Это тем более характерно для случаев, когда причины межличностных или межгрупповых конфликтов рассматриваются с позиций различных социально-психологических теорий. В связи с этим, отвечая на вопрос о том, что может стать причиной конфликта, мы вначале назовем эти причины в том их виде, как они представлены в русле различных социально-психологических концепций, а затем коснемся вопроса о том, какими могут быть причины межличностного или межгруппового конфликта в рамках его единой общетеоретической интерпретации.

В настоящее время в социальной психологии сложились следующие основные направления (парадигмы, подходы) в изучении конфликтов: школа групповой динамики, социометрическое направление, бихевиористское направление, гуманистическое направление и когнитивный подход. В каждом из них, ставя и обсуждая вопрос об основах

и главных причинах межличностных и межгрупповых конфликтов, ученые акцентируют внимание на разных вещах.

В школе групповой динамики, которая представляет в основном процессы, происходящие в малой группе, и выделяет в ней множество параметров: композицию, каналы коммуникаций, лидерство, распределение ролей, групповые нормы, межличностные отношения, — считается, что конфликты могут возникать как противоречия между членами группы. Например, неоднородность (гетерогенность) ее композиции может стать первопричиной конфликта. Ограниченность каналов коммуникаций или их несоответствие интересам и потребностям членов группы также могут явиться основанием для группового конфликта.

Авторитарное лидерство, неприемлемое для демократически настроенных членов группы, может привести к конфликту между лидером и группой. Если в одной и той же группе наметится несколько лидеров, то соответственно может возникнуть конфликт между ними, который далее может перерасти во внутригрупповой конфликт. Очевидно, что групповой конфликт может возникнуть и в системе распределения ролей между членами группы, например в том случае, если роль, закрепленная за тем или иным участником группы, его почему-то не устаивает или если на одну и ту же привлекательную роль в группе претендуют сразу несколько человек.

Участники группы в своем поведении в группе могут придерживаться различных, несовместимых норм, и это также может стать причиной возникновения конфликта между ними. Наконец, несовместимые отношения — это достаточно хорошо известная причина самых разнообразных внутригрупповых и межличностных конфликтов, причем они могут касаться практически всех видов отношений, существующих между людьми: личных и деловых, официальных и неофициальных, координационных и субординационных.

Социометрическое направление в изучении конфликтов акцентирует внимание на личных взаимоотношениях типа симпатий или антипатий, и соответственно сторонники этого направления именно в таких взаимоотношениях усматривают первопричину межличностных конфликтов. Основатель данного направления Я. Морено полагал, что симпатии или антипатии между людьми определяются тем, в какой степени они являются источниками особой, положительной межличностной энергии «теле»: те, кто является обладателем или мощным источником этой энергии, вызывают к себе симпатии со стороны окружающих людей; те, кто ею не располагает, симпатий к себе не вызывают. С точки зрения этой достаточно спорной концепции Морено

(нет серьезных научных доказательств реального существования подобной жизненной энергии), люди, имеющие большой запас такой энергии, в конфликты не вступают, а те, кто испытывает ее дефицит, напротив, являются потенциально конфликтными людьми.

В свою очередь, следующие сочетания симпатий или антипатий между людьми или социальными группами могут стать причинами разнообразных, в том числе конфликтных отношений между ними.

Соотношения, порождающие неконфликтные отношения:

- симпатии — симпатии;
- симпатии — безразличие;
- безразличие — безразличие.

Потенциально или реально конфликтные соотношения:

- антипатии — безразличие;
- антипатии — антипатии.

В русле бихевиористского направления конфликты, по сложившейся в этом направлении исследовательской и методологической традиции, могут иметь только поведенческую основу и проявляться в несовместимости действий или поступков индивидов или социальных групп. На трактовку межличностных и межгрупповых конфликтов здесь автоматически распространяется все, что касается противоречий или несовместимости действий (поведенческих реакций) людей в одной и той же социальной ситуации. Через действия, поступки и реакции участников конфликта дается соответственно и классификация конфликтов. Она выглядит следующим образом.

1. *Конфликт типа «действие — бездействие»*. Он характеризуется тем, что для достижения цели индивидам или группам необходимы совместные скоординированные действия. Одна из сторон такие действия на самом деле предпринимает, в то время как другая бездействует и не предпринимает ничего.
2. *Конфликт типа «бездействие — бездействие»*. Он отличается тем, что обе стороны конфликта согласны с тем, что достичь своей цели они смогут только в результате выполнения определенных, хотя бы односторонних, действий. Однако каждая из сторон сама не желает предпринимать такие действия и надеется на то, что их предпримет противоположная сторона. В конечном счете обе стороны конфликта бездействуют.
3. *Конфликт типа «действие — противодействие»*. Данная разновидность конфликта отличается тем, что одна из сторон действует в определенном направлении, а другая ей противодействует,

то есть мешает достичь поставленной цели. Такой конфликт является наиболее острым и трудноразрешимым на поведенческом уровне.

Гуманистическое направление в социальной психологии предлагает следующую классификацию и понимание конфликтов. Это могут быть конфликты между потребностями людей, которые порождают психологическую несовместимость этих людей. Это также могут быть конфликты, касающиеся ценностей и целей жизни в способах удовлетворения одних и тех же потребностей. Если исходить из гуманистической теории Я-концепции по К. Роджерсу, то основания для конфликтов здесь можно обнаружить и в противоречиях, и в несовместимости различных Я-концепций. Если опираться на гуманистическую теорию самоактуализации А. Маслоу, то, согласно этой теории, конфликт проявляется на уровне самоактуализации личностей: например, один человек стремится к самоактуализации, а другой препятствует этому (пример — семейный конфликт такого рода между мужем и женой). Гуманистическая концепция В. Франкла допускает существование конфликтов на уровне «смыслов жизни».

Когнитивный подход к пониманию конфликтов проявляется в том, что их причины усматриваются в противоречиях, существующих в когнитивной сфере людей. Таких противоречий может быть очень много, например противоречия между знаниями, убеждениями, оценками, отношениями людей и т. п.

Кроме общетеоретических, есть и частнотеоретические, или авторские, трактовки конфликтов, которые формально не относятся к известным направлениям в психологии. К примеру, Н. В. Гришина называет следующие авторские концепции конфликтов¹.

1. Понимание конфликта как формы проявления агрессии (Дж. Доллард, Л. Дуб, Н. Миллер, А. Бандура, Л. Берковитц).
2. Трактовка конфликта как реакции на конкуренцию или иную потенциально конфликтную ситуацию (М. Дойч, М. Шериф).

В научной литературе, где обсуждаются возможные причины конфликтов, можно встретить точку зрения, согласно которой склонность к конфликтам заложена в глубинных основах личности человека. В связи с этим выделяют так называемых «конфликтогенных» (потенциально конфликтных) и «мирных» (потенциально неконфликтных) личностей.

¹ Гришина Н. В. Психология конфликта. — М.; СПб., 2003.

Основания для такого понимания первопричин конфликтности заложены и в представлениях о характерах людей, в частности об акцентуациях характеров. К примеру, в двух известных типологиях характеров по К. Леонгарду и А. Личко выделяются устойчивые типы личностей (характеров), склонных и не склонных к конфликтам. Акцентуированные личности, обозначаемые как «гипертимные», «возбудимые», «застревающие», «педантичные» и «демонстративные», рассматриваются как конфликтогенные, или потенциально конфликтные. Личности же, чьи характеры обозначаются словами «эмотивный», «тревожный» и «сензитивный», — как потенциально неконфликтные.

Функции межличностных и межгрупповых конфликтов

Под функциями межличностных и межгрупповых конфликтов понимается роль, которую они играют во взаимоотношениях людей и в благополучии вовлеченных в них личностей или социальных групп. Эту роль однозначно как положительную или отрицательную определить нельзя, и ее характеристика зависит не только от неопределенности самого понятия «конфликт», но также и от того, что конфликты могут иметь для вовлеченных в них сторон одновременно как положительное, так и отрицательное значение.

Приступая к обсуждению этой проблемы, вначале остановимся на межличностных функциях, а затем обсудим вопрос о роли межгрупповых конфликтов. Кроме того, представляя конфликты, которые могут играть положительную или отрицательную роль, мы в первую очередь обратим внимание на их положительное, а затем уже на отрицательное значение в жизни и деятельности отдельных людей и социальных групп.

Положительное значение межличностных конфликтов может заключаться в следующем.

1. Они обнаруживают существующие между людьми или социальными группами противоречия и позволяют им эти противоречия осознать. Без осознания имеющихся противоречий они, естественно, не будут разрешены.
2. Конфликтные ситуации наилучшим образом раскрывают психологию людей, как их положительные, так и отрицательные стороны. Если бы не существовало конфликтов, то люди не имели бы возможности с разных сторон узнать друг друга.
3. Возникшую конфликтную ситуацию вовлеченные в нее люди в большинстве случаев стараются как-то разрешить. Значит, конфликт, если он уже возник, помогает решению проблем, имеющихся меж-

ду людьми и социальными группами, и, как следствие, их сближению.

4. Возникновение конфликтов в настоящем препятствует их возникновению в будущем или снижает остроту будущих конфликтов. Сравнительно редко бывает так, чтобы между людьми или группами постоянно возникали конфликты по одному и тому же поводу и проявлялись с прежней остротой (если, конечно, эти люди или социальные группы заинтересованы в том, чтобы разрешать существующие между ними конфликты). Так, в семье со временем и по мере увеличения возраста ее членов конфликтов между ними происходит, как правило, все меньше и меньше.
5. Конфликт активизирует психологию людей, заставляет их мыслить, искать выход из сложившейся ситуации. Тем самым конфликт косвенно может способствовать психологическому развитию людей. Даже если этого реально не происходит, все равно участники конфликта со временем вырабатывают своеобразный психологический иммунитет к возникновению конфликтов и начинают более спокойно, терпимо относиться к существующим между ними противоречиям. Во всяком случае, этот «иммунитет» позволяет им далее нормально существовать, уверенно чувствовать себя в конфликтной ситуации.

Возможные отрицательные последствия межличностных и межгрупповых конфликтов могут быть следующими.

1. Конфликты, безусловно, ухудшают (хоты бы временно — тогда, когда они возникают и существуют) взаимоотношения людей.
2. Конфликты очевидным образом отрицательно сказываются на самочувствии людей, вовлеченных в них. Эти люди в конфликтной ситуации переживают отрицательные эмоции, а такие эмоциональные переживания всегда негативно сказываются на психическом или физическом состоянии человека.
3. Конфликты мешают людям нормально взаимодействовать друг с другом, а такое взаимодействие им необходимо в современных условиях жизни.
4. От конфликтов страдают не только сами их участники, но и окружающие люди, особенно если те близко к сердцу воспринимают возникшую конфликтную ситуацию.
5. Конфликты могут не только способствовать, но и препятствовать личностному (психологическому) развитию людей. Это, в частности, проявляется в том, что люди, во-первых, лишаются поддержки тех, кто находится с ними в конфликте и мог бы оказать им помощь в психологическом росте (своих оппонентов в конфликтной ситуации). Во-вторых, человек, вовлеченный в конфликт и полностью поглощенный им, ни о чем другом, кроме того, что связано

с конфликтом, в данный момент не думает. Следовательно, по крайней мере, на время конфликта он лишается возможности получать и перерабатывать необходимую для его личностного роста информацию.

Положительные и отрицательные функции межличностных и межгрупповых конфликтов во многом являются сходными. Однако межгрупповые конфликты по своим следствиям могут кое в чем отличаться от межличностных. Эти отличия проявляются в следующих, положительных и отрицательных, функциях межгрупповых конфликтов.

К положительным функциям межгрупповых конфликтов можно отнести следующие.

1. Такие конфликты являются своеобразным катализатором социальных процессов и связанных с ними межгрупповых отношений. Благодаря наличию межгрупповых конфликтов общество не стоит на месте и развивается. Известная диалектическая точка зрения, согласно которой возникновение и разрешение противоречий есть необходимый момент развития, распространяется и на межгрупповые конфликты. Если бы таких конфликтов не было, то общество и люди не могли бы развиваться или, во всяком случае, их развитие бы замедлилось. История показывает, что быстрее всего развивались те страны, которые прошли через множество конфликтных ситуаций как на межгосударственном, так и на внутреннем уровне.
2. Межгрупповые конфликты, как и межличностные, позволяют социальным группам лучше осознавать как свои интересы, так и интересы других социальных групп, активнее искать способы удовлетворения этих интересов, не нарушая вместе с тем интересы других социальных групп. Так, например, политические партии, конфликтующие между собой накануне и во время выборов, оказавшись у власти, как правило, идут на компромисс, работают вместе в соответствующих органах государственной или муниципальной власти, и в этот период времени конфликтов между ними, как правило, не существует.
3. Межгрупповые конфликты позволяют их участникам лучше понимать друг друга, психологию людей, представляющих разные социальные группы, а это необходимо для нормализации человеческих взаимоотношений.
4. После открытых межгрупповых конфликтов соответствующие социальные группы, как правило, быстрее находят общий язык и проще договариваются друг с другом, чем до возникновения конфликтной ситуации (до получения опыта участия в межгрупповом конфликте).

Межгрупповые, как и межличностные, конфликты могут иметь отрицательные последствия, основные из которых могут быть следующими.

1. Конфликт, если он не разрешается, может привести к эффекту межгрупповой поляризации. Его возникновение может сделать конфликт трудноразрешимым или вообще неразрешимым.
2. В результате межгруппового конфликта становится невозможным нормальное функционирование организации или общества, в состав которого входят соответствующие социальные группы.
3. В межгрупповой конфликт, как правило, оказываются вовлеченными и отдельные люди, которые являются членами соответствующих социальных групп. Если эти группы являются для них референтными, то их участники вынуждены поддерживать других членов своих групп в их конфликтном противостоянии оппонентам. В итоге возникший межгрупповой конфликт может породить и множество трудноразрешимых межличностных конфликтов, которые в его отсутствие могли бы не возникнуть.

В реальной жизни положительные и отрицательные функции межличностных и межгрупповых конфликтов каким-то образом уравниваются, и это является одним из оснований для постоянного существования, систематического воспроизведения и разрешения разнообразных конфликтов между людьми.

Стратегии поведения, способы предупреждения и разрешения межличностных и межгрупповых конфликтов

Какими бы ни были последствия межличностных или межгрупповых конфликтов — положительными или отрицательными, — наличие немалого количества отрицательных следствий конфликтов вынуждает ученых и практиков искать пути активного предупреждения и успешного разрешения конфликтов. Признается, что конфликты в общем случае нежелательны, так как их отрицательные последствия являются более заметными (весомыми), чем положительные. В связи с этим в научной и практически ориентированной литературе специалистами обсуждаются оптимальные стратегии поведения людей в конфликтных ситуациях, направленные на их предупреждение или разрешение.

Под стратегией поведения участников в конфликтной ситуации понимаются способы достижения ими поставленных целей (это могут быть соответственно предупреждение, сохранение, обострение или разрешение конфликта). Выбирая для себя одну из этих целей, участники конфликта соответствующим образом планируют свое поведение, направленное на достижение поставленной цели. Эти планы, реализуемые

в конкретных действиях в предконфликтной и конфликтной ситуациях, и носят название «стратегии поведения».

Американский психолог К. Томас дает описание пяти различных и типичных стратегий поведения людей в конфликтной ситуации и, кроме того, предлагает специальный социально-психологический тест для их выявления и оценки. К тем пяти стратегиям, которые предлагает автор (избегание, соперничество, приспособление, компромисс и сотрудничество), можно добавить и некоторые другие, и в более полном виде типичные стратегии поведения людей в конфликтной ситуации будут выглядеть следующим образом.

1. Избегание.
2. Игнорирование.
3. Адаптация (приспособление).
4. Сглаживание.
5. Уступка (отступление).
6. Обострение.
7. Соперничество.
8. Компромисс (сотрудничество).

Стратегия избегания заключается в том, что стороны всеми способами стараются не допустить или избежать конфликта, не предпринимают никаких действий, которые могли бы его спровоцировать или усилить.

Стратегия игнорирования состоит в том, что стороны не предпринимают никаких действий, направленных на предупреждение конфликта, а если он уже возник, то соответственно не предпринимают действий, направленных на его разрешение или обострение. Другими словами, конфликту стороны в этом случае не придают значения, просто игнорируют его.

Адаптация (приспособление) как возможная стратегия поведения в конфликтной ситуации заключается в том, что конфликтующие стороны (одна или обе), взвесив все «за» и «против» вмешательства в конфликт, решают для себя, что им лучше примириться с возникшим (или неизбежно возникающим) конфликтом, чем пытаться его предупредить или разрешить. К этой стратегии прибегают чаще всего в тех случаях, когда соответствующий конфликт не приносит сторонам существенного вреда.

Стратегия сглаживания состоит в том, что стороны конфликта предпринимают определенные действия, направленные на предупреждение или устранение конфликта, но не доводят их до конца, довольствуясь по тем или иным соображениям уменьшением остроты конфликта и его сохранением в стабильном состоянии, без дальнейшего обострения.

Уступка (отступление) как возможная стратегия поведения сторон в конфликтной ситуации проявляется в том, что одна из них отказывается от своих претензий и полностью уступает другой. В результате в выигрыше оказывается только одна из сторон, вовлеченных в конфликт.

Обострение — это стратегия поведения, направленная на то, чтобы породить конфликт и сделать его максимально острым, довести до предела, сохранить, сделать трудноразрешимым или вообще неразрешимым.

Соперничество представляет собой стратегию поведения в конфликтной ситуации, когда ее участники не ставят перед собой цель обострить конфликт, но и не очень заинтересованы в его разрешении. Их основная забота состоит в том, чтобы отстоять свою позицию, не отступая от нее ни на шаг. При такой стратегии поведения сторон конфликт обычно превращается в постоянно существующий, неразрешимый.

Компромиссное разрешение или сотрудничество в конфликтной ситуации представляет собой форму поведения, ориентированную на то, чтобы прийти к соглашению, учесть пожелания противоположной стороны, пойти на компромисс, но в то же время сохранить и максимально удовлетворить собственные интересы.

Кроме описанных выше частных стратегий поведения сторон в конфликтной ситуации, можно выделить и две общие стратегии поведения в зависимости от того, соблюдают или не соблюдают участники конфликта во взаимодействии друг с другом определенные нормы морали и этики. Так, например, говорят о «конструктивистах» и «манипуляторах» в конфликтной ситуации.

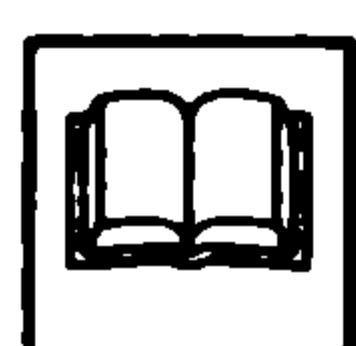
Люди-конструктивисты стараются соблюдать нормы морали и этики в своем поведении в конфликтной ситуации и ведут дело к тому, чтобы разрешить конфликт в интересах всех вовлеченных в него сторон. Люди-манипуляторы, напротив, беспринципно нарушают нормы морали и этики, ведут себя цинично, полностью игнорируют интересы противоположной стороны, заботясь только о том, чтобы получить максимальный выигрыш для себя.

Индивиды конструктивного типа обычно искренни, честны, доброжелательны. Они хорошо понимают позицию противоположной стороны, готовы ее, в принципе, принять, открыто заявляют свое мнение и доверяют партнеру. Индивиды-манипуляторы ведут себя в конфликтной ситуации по-иному. Они неискренни, циничны, играют определенную роль, не доверяют партнерам, вводят их в заблуждение, способны слышать и понимать лишь самих себя, не заботятся об интересах партнера, стремятся обмануть, обвести его вокруг пальца.

? Контрольные вопросы

1. Что общего в разных определениях конфликта и чем они отличаются?
2. Какие определения конфликта называют узкими и широкими?
3. По какой причине проблематика конфликтов выделилась в отдельную, междисциплинарную область знаний?
4. Какую роль в разработке конфликтологической проблематики играют социология и психология?
5. Почему конфликтологическая проблематика широко представлена в психологических науках?
6. Какова специфика подхода к рассмотрению конфликтов в разных областях психологии?
7. Каким образом обсуждается проблематика конфликтов в социальной психологии?
8. Что такое межличностный конфликт?
9. Что представляет собой межгрупповой конфликт?
10. Что общего в межличностном и межгрупповом конфликтах и чем они отличаются?
11. Какой вид конфликтов занимает промежуточное положение между межличностным и групповым?
12. По каким основаниям могут классифицироваться межличностные и межгрупповые конфликты?
13. Каким образом конфликты подразделяются по их предмету?
14. Что представляет собой деление конфликтов по числу участников?
15. Как разделяются конфликты по позициям, занимаемым их участниками?
16. Какие виды конфликтов выделяются по степени их остроты?
17. Что представляет собой деление конфликтов на группы по их последствиям?
18. Какова типология конфликтов, предложенная К. Левином?
19. Что такое структура конфликта?
20. Чем объясняется наличие множества причин межличностных и межгрупповых конфликтов?
21. Каким образом выделяемые и обсуждаемые в литературе причины конфликтов связаны с конкретными научными теориями?
22. Как понимаются конфликты в школе групповой динамики?
23. Что представляет собой социометрическая интерпретация конфликтов?
24. Каким образом представлены и изучаются конфликты в бихевиористском направлении?
25. В чем специфика гуманистического подхода к пониманию и исследованию конфликтов?

26. Какова когнитивно-психологическая трактовка конфликтов?
27. Что представляет собой «глубинное» понимание причин конфликтов?
28. Каким образом конфликтогенность человека связывается с акцентуациями характера?
29. Что такое функции конфликтов?
30. Какими могут быть функции межличностных и межгрупповых конфликтов?
31. Что представляют собой положительные следствия межличностных конфликтов?
32. Каковы вероятные отрицательные следствия межличностных конфликтов?
33. К каким положительным следствиям могут привести межгрупповые конфликты?
34. Каковы возможные отрицательные последствия межгрупповых конфликтов?
35. Что называют стратегией поведения в конфликтной ситуации?
36. Какие виды стратегий поведения в конфликтной ситуации выделяет К. Томас?
37. Что представляет собой избегание как стратегия поведения в конфликтной ситуации?
38. В чем заключается игнорирование как форма поведения людей в ситуации конфликта?
39. Что такое адаптация (приспособление) как стратегия поведения в конфликте?
40. Что представляет собой сглаживание как способ действий в конфликте?
41. Каким образом определяется уступка (отступление) как стратегическое действие в конфликтной ситуации?
42. В чем заключается обострение как стратегия поведения в конфликте?
43. Как определяется соперничество в качестве стратегии поведения в конфликте?
44. Что представляет собой компромиссное решение проблемы конфликта?
45. Кого называют конструктивистом, характеризуя его поведение в конфликтной ситуации?
46. Каким образом ведет себя в конфликтной ситуации человек, которого обозначают как манипулятора?



Литература

1. Анцупов А. Я., Шипилов А. И. Конфликтология. — М., 2002. — С. 137–201, 223–313.
2. Гришина Н. В. Психология конфликта. — СПб., 2003.

3. *Козырев Г. И.* Введение в конфликтологию. — М., 1999. — С. 23–85.
4. *Леонов Н. И.* Конфликтология. — М.; Воронеж, 2002.
5. *Майерс Д.* Социальная психология. — СПб., 1997. — С. 631–673.
6. Психология конфликта. Хрестоматия. — СПб., 2001. — С. 67–76, 113–164, 173–202, 366–429.
7. *Скотт Дж.* Способы разрешения конфликтов. — М., 2001.
8. Социальная психология / Под ред. А. Н. Сухова, А. А. Деркача. — М., 2002. — С. 243–310.
9. *Шапиро Д.* Конфликт и общение: Путеводитель по лабиринту регулирования конфликтов. — Кишинев, 1997.

Глава 10

Большие группы и массовидные явления психики



Краткое содержание

Сущность и виды больших социальных групп. Отличие больших социальных групп от малых и средних групп. Различия между малыми, средними и большими социальными группами по критерию их организованности. Особенности отношений между людьми, складывающихся в малых, средних и больших социальных группах. Виды больших социальных групп.

Массовидные явления психики, их классификация. Массовидные явления психики как феномены, характеризующие большие социальные группы (массы и толпы) людей. Основные виды массовидных явлений психики. Массовое сознание как массовидное явление. Определение массового настроения. Специфика общественного мнения. Представление о массовых психических состояниях. Психологические особенности такого состояния, как паника. Массовые коммуникации и социальные установки. Мода как массовидное явление психики. Слухи как массовидное психическое явление. Вера (религия) как проявление психологии масс. Коммерческая и политическая реклама как массовидные явления психики.

Слухи как массовидное явление психики. Особенности слухов как психического явления, охватывающего массы людей. Причины искажения информации, передающейся в форме слухов. Основные разновидности слухов. Особенности слуха-желания. Содержание слуха-пугала. Фабула и направленность слуха с агрессивным содержанием. Предпосылки возникновения слухов. Условия, при которых слух начинает распространяться среди населения. Закономерные изменения, происходящие со слухами по мере их распространения. Сглаживание, обострение и адаптация слуха к сложившейся ситуации и к особенностям людей. Отрицательные последствия слухов для тех, кто находится у власти, и для общества в целом. Меры, предпринимаемые против возникновения и распространения слухов. Профилактические и активные меры противодействия слухам.

Мода как массовидное психическое явление. Древность феномена моды, ее существование на протяжении всей известной истории человечества. Основные социально-психологические функции моды. Особенности таких функций моды, как выражение культуры, вкусов населения,

их индивидуальных характеристик. Дифференциация и объединение людей в социальные группы под влиянием моды. Мода как фактор, облегчающий поиск людьми себе подобных среди масс населения. Привлечение внимания со стороны окружающих людей с помощью моды. Повышение уровня самосознания и удовлетворенности собой через обращение к моде. Обновление и развитие культуры как социальная функция моды. Циклический характер движения моды. Возникновение, признание, распространение и завершение цикла моды. Роль авторов и соавторов моды в ее возникновении. Демонстраторы моды как люди, обеспечивающие ее популярность среди масс населения. Участие рекламы в распространении моды и обеспечении массового производства модных товаров. Влияние моды на психологию масс людей.

Паника как массовидное явление психики. Определение и процесс возникновения паники. Внешние и внутренние причины паники. Основания для классификации состояний паники, ее разновидности. Слабо, средне и сильно выраженные состояния паники, их особенности с точки зрения сопровождающих их нарушений психики и поведения людей. Деление видов паники по характеру их распространения среди людей. Локальные, местные и общесоциальные панические состояния. Деление паники на разновидности по длительности ее существования. Разделение видов паники по порождаемым ею последствиям. Условия возникновения паники. Факторы, усиливающие состояние паники. Способы и меры предупреждения панических состояний. Действия, направленные на устранение социально-психологических последствий паники.

Социально-психологические аспекты рекламы. Давность существования рекламы как социального явления. Определение и виды рекламы. Основные социально-психологические функции (задачи) рекламы. Коммерческая и политическая реклама, их особенности, решаемые ими задачи. PR-движение, история его возникновения, первоначальные цели и дальнейшие изменения. Разделение PR-движения на так называемые «белый» и «черный» PR. Разница между ними. Основные теоретические модели рекламы. Специфика модели AIDA. Особенности модели ACCA. Характерные черты модели DIBABA. Сущность модели DAGMAR. Лица, участвующие в создании и распространении рекламы. Роль социальных психологов в рекламном процессе. Морально-этические аспекты рекламы. Позиция психолога, участвующего в рекламе, в решении связанных с ней морально-этических вопросов. Основные приемы, используемые в недобросовестной (морально нечистоплотной) рекламе. Мотивы обращения людей к рекламе. Психологические механизмы воздействия рекламы на людей.

Религия как массовидное психическое явление. Признаки религии как массовидного явления психики. Психологические корни религии. Соотношение научного и религиозного мировоззрения, их взаимодополнение и необходимость для современного общества. Основные положительные социально-психологические функции религии. Мотивы обращения людей к религии.

Сущность и виды больших социальных групп

Вспомним, что большой социальной группой называют такую совокупность людей, которая включает в себя десятки и сотни тысяч людей, объединенных друг с другом по определенным социально-демографическим признакам, например по полу, возрасту, профессии, образованию, социальной принадлежности, вероисповеданию и т. п.

Большие социальные группы отличаются от малых и средних не только по величине, но и по организованности. Самой организованной из всех социальных групп является малая группа. Официально существующие средние социальные группы также отличаются сравнительно высоким уровнем внутренней организации, но кое в чем они все же уступают малым группам. В средних социальных группах, как правило, отсутствуют между всеми их участниками, например, определенные личные и деловые взаимоотношения, а члены таких групп не всегда лично знают друг друга и не во всех ситуациях ведут себя одинаково, не действуют как единый, слаженный механизм. В психологии и поведении участников средних социальных групп, кроме того, гораздо меньше общего, чем в психологии и поведении членов малых социальных групп.

Еще менее организованными выступают большие социальные группы. Большинство их участников не только не имеют между собой определенных взаимоотношений, но чаще всего лично друг друга не знают (иногда даже и не подозревают о существовании друг друга). Люди, входящие в состав одной большой социальной группы, могут проживать на значительном расстоянии друг от друга, например находиться в отдаленных друг от друга регионах большой по территории страны или даже в разных государствах (например, те, кто придерживается одной и той же веры, имеют одинаковый возраст, профессию, образование и т. п.).

У социальных объединений, называемых большими социальными группами, нет внутренней организации, единых органов управления. Они не имеют общей, объединяющей их цели или совместной деятельности. С точки зрения классификации социальных групп, они представляют собой не реальные, а номинальные группы, то есть выделяются лишь для конкретных исследовательских целей. Такие группы принято называть массами людей, имея в виду низкий уровень их организованности и указанные выше признаки. Именно их обычно выделяют и исследуют социологи. Интересующее нас в данной главе понятие «массовидные явления психики» характеризует именно такие социальные группы.

Имеются и определенные отличия в социально-психологических явлениях, характеризующих малые, средние и большие социальные группы, в частности, в особенностях складывающихся в них взаимоотношений. Малые социальные группы описываются через прямые или непосредственные межличностные взаимоотношения и общение лицом к лицу, то есть через отношения, которые представляют отдельных людей, вступающих друг с другом в контакты. В средних социальных группах преобладают межгрупповые отношения, то есть отношения, складывающиеся между отдельными составляющими их малыми группами. В больших социальных группах главным образом представлены широкие социальные отношения, то есть отношения, характеризующие общество в целом. В большинстве случаев эти отношения не носят индивидуально-психологического характера. Это, например, экономические, правовые, политические и другие виды отношений.

Массовидные явления психики, их классификация

Массовидные явления психики — это феномены, описываемые в психологических терминах и возникающие и существующие в больших социальных группах или массах людей. В научной литературе по психологии масс чаще всего выделяются и обсуждаются следующие массовидные явления психики: массовое сознание, массовое настроение, массовое, или общественное, мнение, массовые психические состояния, массовые социальные установки, мода, слухи, вера (религия) и массовые реакции людей на рекламу — коммерческую и политическую. Дадим краткие определения перечисленным видам массовидных явлений психики.

Массовым сознанием называется средний уровень сознания масс людей, который включает их знания, образование, культуру, ценности, представления, оценки, социальные нормы. Если исходить из содержания индивидуального сознания человека и переносить представление о нем на понимание сознания людей, входящих в ту или иную большую социальную группу, то мы получим самое общее понимание того, что представляет собой массовое сознание. Правда, в этом случае оно будет иметь абстрактный и слишком обобщенный характер, поскольку его характеристика не будет полностью относиться ни к одному конкретному представителю данной массы людей. Среди соответствующей массы людей могут оказаться индивиды, чье сознание будет существенно отличаться от сознания других ее участников и от среднего сознания всей массы людей.

Массовым настроением можно назвать общий, доминирующий в данном множестве людей психологический настрой. Отличие массового на-

строю от индивидуального настроения заключается в том, что настроение отдельно взятых индивидов зависит от случайных обстоятельств их жизни, оно часто и периодически меняется. Настрой масс людей является гораздо более устойчивым. Он мало зависит от настроения отдельных индивидов и в гораздо большей степени определяется социальными условиями, в которых в данный момент времени находится соответствующая масса людей. Кроме того, для настроя масс людей не характерны столь глубокие периодические колебания, которые свойственны индивидуальному настроению. Так, например, в изменениях психологического настроя масс людей почти никогда не встречаются такие крайности, как эйфория или депрессия. Индивидуальному настроению они, в свою очередь, присущи.

Массовое, или общественное, мнение определяется как обобщенное (коллективное) мнение масс людей по какому-либо вопросу. Оно практически никогда не бывает единым, и поэтому социологи — именно они чаще всего и занимаются изучением общественного мнения — представляют его в виде некоторого рода вероятностного распределения индивидуальных мнений большого количества людей. В данном распределении (как правило, выборочном) называются разные точки зрения представителей одной и той же массы людей по обсуждаемому вопросу и указывается количество людей, придерживающихся той или иной точки зрения. Массовое (общественное) мнение устанавливается по тому воззрению, которого придерживается большинство участников данной массы.

Массовые психические состояния — это состояния, которые характеризуют большинство людей в соответствующей массе на данный момент времени. Они, как и настроения, описываются в тех же терминах, с помощью которых характеризуются индивидуальные психические состояния (настроения) людей. Что касается динамики массовых психических состояний, то в отношении ее справедливо все то, что выше говорилось о динамике массовых настроений.

Массовыми коммуникациями называют сложившуюся в современном обществе практику обмена информацией между массами людей с помощью различных материальных и технических средств, включая средства связи: печать, радио, телевидение, телефон, Интернет и т. п. Посредством массовых коммуникаций устанавливают общее в психологии и поведении масс людей, обменивающихся между собой разнообразной информацией, в частности разделяемые ими общие социальные установки.

Массовые социальные установки — это более или менее единообразное и устойчивое отношение масс людей к тому, что происходит

с ними и вокруг них. Трехкомпонентная структура индивидуальных социальных установок может быть перенесена и на массовые социальные установки. В них также можно выделить знания масс людей о том или ином социальном событии или объекте, эмоциональное отношение к нему, реальные или потенциальные действия, предпринимаемые массами людей в отношении данного события или объекта.

Мода как массовидное явление психики представляет собой то, что в данный момент времени пользуется наибольшей популярностью среди масс людей. Это не обязательно и не только мода в узком ее понимании — мода на какие-либо конкретные предметы быта или одежды; это также мода на мысли, идеи, произведения литературы или искусства, на все то, что со временем изменяется и может на некоторое время стать популярным среди масс населения.

Под слухами понимают не вполне достоверную, непроверенную, официально не подтвержденную информацию, распространяемую среди масс людей исключительно из уст в уста, то есть непосредственно от человека к человеку в процессе общения людей друг с другом.

Вера или религия — это то, во что верят массы людей, не требуя доказательства истинности этого и не сомневаясь в правильности своих убеждений. Традиционно под верой понимается то, о чем говорится в религиозных писаниях и что определяется представителями религии как истинное. Это, например, суждения о том, существует или не существует Бог, о том, как устроен мир, как он возник, кто им управляет, каким образом должен вести себя человек в этом мире, от чего зависит его судьба, и другие вопросы. Вера как массовидное явление психики традиционными религиозными учениями не ограничивается. Это может быть вера людей во что угодно, и не обязательно в то, что признается и провозглашается представителями официально существующих религий.

Иногда массовидным явлением психики также называют рекламу. Строго говоря, это не совсем верно, так как реклама — это только разновидность социальной активности людей. Сама по себе реклама не выступает как массовидное психологическое явление и представляет собой скорее социальное явление. Психологическим аспектом рекламы, относящим ее к массовидным психическим явлениям, становится восприятие и реагирование масс людей на рекламу.

Перейдем к более подробному обсуждению отдельных массовидных явлений психики, прежде всего тех, которые более всего изучены в социальной психологии масс: слухи, мода, паника, религия и реклама.

Слухи как массовидное явление психики

Слухи представляют собой форму самовыражения масс людей, их отношения, настроения, мнения или оценок того, что происходит с ними и вокруг них в обществе. Слухи оказывают влияние на формирование общественного мнения, и в них отражается психологическое состояние масс людей на данный момент времени.

Слухи, даже если в их основе лежит какой-либо достоверный факт или информация, первично полученная из достоверного источника, всегда представляют ее в искаженном виде, поскольку эта информация, содержащаяся и циркулирующая в слухах, проходя через сознание масс людей, многократно передаваясь от человека к человеку, вольно или невольно искажается на своем пути. Люди, участвующие в распространении и передаче слухов, могут, например, непроизвольно изменять соответствующую информацию, передавать ее не полностью или искаженно в сравнении с тем, какой они ее получили, из-за недостатков своей памяти и по ряду других причин, имеющих сугубо личный характер (о них речь пойдет дальше). Существует следующая закономерность, связанная со слухами: чем дольше существует и распространяется слух, тем менее достоверным становится его содержание.

Слухи могут быть разных видов, и каждый из них выполняет в психологии и поведении масс людей свою специфическую роль. Основные разновидности слухов следующие: слух-желание, слух-пугало, слух с агрессивным содержанием (агрессивный слух).

Слух-желание представляет собой такой слух, в котором содержится нечто приятное или желательное для людей, способное удовлетворить их актуальные интересы и потребности. В таком слухе людям обещается нечто желательное для них или указывается на то, что в скором времени их пожелания сбудутся.

Слухи-желания выполняют двоякую социально-психологическую роль. Они, с одной стороны, снижают остроту потребностей людей, поддерживая их жизненный тонус (ожидая чего-либо нужного для него, человек на время успокаивается). В таких слухах людям обещается нечто, чего они в данный момент времени не имеют и рассчитывают получить в ближайшем будущем. Слухи-желания вселяют в людей уверенность в том, что их пожелания сбудутся. С другой стороны, слухи-желания дезориентируют население, порождая у масс людей необоснованные ожидания. Такие ожидания, как правило, не сбываются, и люди в конечном счете разочаровываются. Их недовольство соответственно обращается в сторону тех, кто им пообещал, но не выполнил своих обещаний.

В результате распространения слухов-ожиданий в обществе постепенно нарастает напряжение, поскольку время идет, а желания, порожденные слухами, не сбываются, и это может привести к стихийным проявлениям социального недовольства, к массовым нарушениям порядка и даже к преступлениям, совершаемым массами людей. Анализ преступных действий масс и толп людей показывает, что почти всегда им предшествовали активно распространяемые в обществе слухи, среди которых преобладали слухи-желания.

Слух-пугало содержит в себе информацию, которая, напротив, не успокаивает, а пугает население, вызывая у людей состояние страха и тревоги. Слухи подобного рода возникают обычно тогда, когда существенно ухудшаются условия жизни масс людей и у них нет надежды на то, что в ближайшей перспективе ситуация улучшится. Скорее, наоборот, слух-пугало содержит в себе явные признаки того, что в скором времени может произойти дальнейшее ухудшение условий жизни людей.

Особенно часто такие слухи возникают в периоды социального переустройства, проведения социальных или экономических реформ с непредсказуемыми последствиями, когда люди, находящиеся у власти, не в состоянии обещать народу что-либо хорошее в ближайшем будущем. Не случайно, что слухи подобного рода обычно подкрепляются разговорами о несостоятельности власти, о ее неспособности управлять страной, о конфликтах в руководстве страны.

Социально-психологические функции слухов, пугающих массы населения, многообразны. Они состоят, во-первых, в том, чтобы дать массам людей возможность публично выразить свои опасения и тревоги, во-вторых, сделать так, чтобы люди, поделившись друг с другом своими опасениями, смогли еще более возбудиться. Иногда такого рода слухи целенаправленно распространяются определенными людьми и организациями в целях политической борьбы друг с другом. Этим, к примеру, в свое время занималась геббельсовская пропаганда в фашистской Германии накануне прихода к власти фашистов, пугая население грозными бедами в том случае, если не они, а их политические конкуренты окажутся у власти. К этому же приему прибегают и некоторые современные политические лидеры и партии в конкурентной борьбе со своими оппонентами накануне выборов (прием так называемого «черного» пиара.)

Агрессивные слухи включают в себе такую информацию, которая должна вызвать агрессивные действия у людей. Подобные слухи являются естественным продолжением слухов-пугал, но своим содержанием они не просто запугивают население, а призывают их к определенным действиям в отношении кого-либо или чего-либо. При этом

в содержании слуха людям намекают на то, что, совершив агрессивные действия в отношении данного лица или объекта, они останутся безнаказанными и якобы смогут устранить угрозу, которая исходит от этого лица или объекта. Основной социально-психологической функцией подобного рода слухов является провоцирование направленных по определенному адресу агрессивных действий масс населения.

В социально-психологических исследованиях слухов интерес для ученых представляет изучение их источников и условий возникновения. Слухи обычно случайно не появляются, и их возникновению предшествуют следующие события:

- появление у масс людей острой потребности в информации, связанной с их жизненно важными интересами и потребностями;
- невозможность получения такой информации из достоверных источников: те хранят молчание или люди им не доверяют;
- длительное сохранение ситуации, когда люди не могут получить интересующую их информацию, что сопровождается ростом беспокойства масс людей;
- наличие неофициального источника информации, который инициирует начало распространения слуха;
- открытый доступ данного источника информации к массам людей;
- наличие среди людей множества тех, кто готов участвовать в передаче и распространении соответствующего слуха.

Все эти условия должны возникнуть не по отдельности, а вместе, причем чем больше количество тех условий, что перечислены выше, реально присутствует в данной ситуации, тем вероятнее возникновение и начало распространения в ней слуха. Из приведенного выше списка событий первые два являются главными. Если они не соблюдаются, то слух, как правило, не возникает и не распространяется.

Однажды возникнув, слух распространяется в течение определенного времени, и по мере своего распространения он претерпевает закономерные изменения. Основными трансформациями, происходящими со слухами, являются следующие: сглаживание, заострение и адаптация.

Сглаживание слуха заключается в том, что по мере распространения слуха из его содержания постепенно исчезают частные или второстепенные детали и остается лишь главное. При этом слух в его словесном выражении постепенно укорачивается до простого утверждения или своеобразной словесной формулы, выражающей суть того, что с его помощью передается: надежда, страх, призыв к агрессивным действиям и т. п. Данное явление обычно происходит в тех случаях, когда слух распространяется быстро и охватывает все большие массы людей.

Заострение слуха — это, напротив, его детализация и конкретизация, то есть постепенное увеличение количества содержащихся в нем «деталей» или «подробностей». Это происходит в том случае, если слух надолго задерживается и в течение длительного времени циркулирует в одной и той же массе людей. Он как бы приспосабливается к данной массе, обновляется, чтобы продолжать привлекать к себе внимание тех же людей, которые раньше уже участвовали в его распространении. Обрастая новыми деталями, которые для соответствующей массы людей могут представлять интерес, содержательно обновленный слух начинает отражать особенности именно данной аудитории.

Адаптация слуха — это явление, близкое к заострению слуха и напрямую связанное с теми людьми, среди которых он циркулирует. Адаптация слуха может заключаться в переименовании лиц, которые в нем упоминаются. Например, люди, представляемые в негативном свете, могут приобретать имена тех, кого соответствующая аудитория не любит; индивиды, упоминаемые в позитивном ключе, напротив, могут быть заменены именами, приятными для данной аудитории. Соответствующим образом в содержании слуха может измениться социальная, национальная, религиозная или другие ориентации его персонажей.

Все три описанные выше модификации слуха, происходящие по мере его распространения, происходят, как правило, параллельно и в конечном счете могут привести к заметным изменениям в содержании слуха, следовательно — к увеличению отклонений его содержания от исходного варианта.

Для любого общества, и особенно для тех людей, кто им руководит, слухи, безусловно, являются нежелательным явлением. Они свидетельствуют о том, что люди не доверяют властям как источнику информации, не уважают их и готовы им не подчиняться, оказывать сопротивление. Соответственно, власть имущие, утратив доверие масс населения, стремятся его восстановить, чтобы предупредить возникновение или прекратить распространение слухов.

Меры, предпринимаемые против распространения слухов, могут быть профилактическими, а также активными контрмерами. Профилактические меры направлены на предупреждение возникновения слуха, а активные контрмеры — на его прекращение уже в то время, когда слух возник и начал распространяться.

Профилактические меры, касающиеся слухов, предполагают создание в обществе атмосферы открытости, доверия и гласности, регулярное обеспечение населения интересующей его достоверной информацией. Для этого, в свою очередь, необходимо поддерживать в соответст-

ющем состоянии средства массовой информации. Доверие людей к средствам массовой информации и к руководителям, имеющим доступ к этим средствам и контролирующим их, является главным социально-психологическим условием предупреждения слухов.

Активные контрмеры против слухов также предполагают полное обеспечение людей правдивой информацией о том, что их интересует, причем из достоверных источников. Передаваемая информация должна быть убедительной для масс населения, а для этого необходимо, чтобы в ней содержались достоверные факты, опровергающие распространяемый слух. Желательно также, чтобы сами люди могли убедиться в том, что сообщаемые им факты являются вполне достоверными.

Мода как массовидное психическое явление

О давнем существовании моды в истории человеческой культуры свидетельствуют дошедшие до нас источники, датируемые еще вторым тысячелетием до н. э. Они показывают, что мода как массовидное психическое явление бытовала еще в Древнем Египте. Далее ее существование прослеживается в эпоху Античности, Средневековья, Возрождения, Нового Времени и вплоть до современности.

Факт долговременного существования моды и ее распространения практически во всех странах мира свидетельствует о том, что мода как массовидное явление психики выполняла и продолжает выполнять важные социальные функции. Эти функции действительно существуют, и их немало. Основные из них следующие:

- выражение культуры, вкусов населения, их индивидуальных особенностей;
- дифференциация и объединение людей в социальные группы по их психологическим особенностям;
- облегчение поиска себе подобных среди масс людей;
- привлечение к себе внимания со стороны окружающих людей;
- повышение уровня самосознания и удовлетворенности собой;
- обновление и развитие культуры¹.

¹ Мода как массовидное явление психики обсуждается не только в психологии масс, но и в социологии. Там выделяются несколько иные ее функции, чем в психологии. Они в основном касаются роли моды в устройстве и развитии общества или ее социальных функций. Психологов, естественно, интересуют только психологические функции моды, которые проявляются в ее участии в формировании и развитии личности и межличностных отношений.

Кратко рассмотрим каждую из названных психологических функций моды в отдельности.

В современном обществе всегда имеется несколько модных объектов в распоряжении людей, и те, как правило, вольны выбирать для себя любые из них. Поэтому первая функция моды — выражение культуры, вкусов населения, их индивидуальных особенностей — заключается в том, что, следуя моде и делая выбор из множества доступных ее вариантов, человек тем самым представляет себя, свою культуру для окружающих его людей. Через моду, которую он предпочитает, человек демонстрирует людям свои вкусы, свои индивидуальные особенности. При этом он сознательно или бессознательно рассчитывает на то, что другие люди, вступая с ним в общение, смогут через демонстрируемую им моду правильно воспринять и оценить его. Это, естественно, может предупредить возникновение многих недоразумений в общении, связанных с неправильным восприятием и оценкой людьми друг друга.

Вторая функция моды — дифференциация и объединение людей в социальные группы по их психологическим особенностям — связана с первой и проявляется в том, что благодаря моде происходит, с одной стороны, объединение психологически похожих друг на друга людей, с другой стороны, их отделение от множества окружающих людей, следствием чего становится появление особых социальных групп.

Третья функция моды — облегчение поиска себе подобных среди масс людей — также является близкой к двум уже названным ее функциям, но обладает и своей спецификой. Она состоит в том, что мода почти всегда имеет внешнюю форму выражения — через одежду, суждения, предметы, которыми пользуется человек. По ним люди могут быстро найти среди множества других людей себе подобных и отличить их от тех, кто психологически на них не похож. Это, естественно, облегчает процесс общения, способствует взаимопониманию и помогает избегать недоразумений и конфликтов. К примеру, одной из разновидностей моды в современном обществе является форменная одежда. По ней люди быстро могут определять профессиональную принадлежность друг друга и решать задачи, связанные с профессией.

Четвертая функция моды — привлечение внимания к человеку со стороны окружающих людей — проявляется в том, что мода — это всегда нечто новое по сравнению с тем, что уже было. По известному из общей психологии закону, все новое и необычное привлекает к себе повышенное внимание. Поэтому некоторые люди, которым недостает внимания со стороны окружающих, стараются с помощью моды вызывать к себе интерес.

Следующая, пятая, функция моды — повышение престижа, уровня самосознания и удовлетворенности собой — состоит в том, что с ее помощью индивид решает сразу три обозначенные выше социально-психологические задачи. Зная о том, что модное — это всегда дорогое, редкое и желательное (привлекательное), человек через моду старается повысить свой статус среди окружающих людей, выделиться на их фоне (на него начинают обращать повышенное внимание, ему завидуют, и это может его радовать). Известно также явление, в соответствии с которым люди склонны относить к себе как личности те вещи, которыми они обладают. Если эти вещи ценные, то соответственно повышается и самооценка человека. Он начинает больше себя уважать, и, как следствие, улучшается его самочувствие и настроение.

Последняя, шестая, функция — это обновление и развитие человеческой культуры. Здесь имеется в виду не столько развитие культуры отдельно взятого человека, сколько общества в целом. Всякая мода — это всегда новое и, как правило, более совершенное, чем старое. Соответственно, переход от одной моды к другой может означать психологическое обновление и совершенствование. Появление новой моды в обществе — это, соответственно, признак его развития.

Мода, как и слухи, непостоянна, имеет циклический характер. В цикле моды можно отметить моменты ее возникновения, признания ее массами населения, распространения и заката. На каждом из этих этапов проявляются определенные закономерности, и в движении моды по указанным этапам ее цикла могут принимать участие различные люди с закрепленными за ними специфическими функциями. Обсудим эти функции и одновременно с этим рассмотрим этапы возникновения и распространения моды.

Цикл движения моды обычно начинается с того, что кто-то предлагает нечто новое, что впоследствии может стать модным, то есть приобрести популярность среди масс населения. Того, кто предлагает новое, называют законодателем моды, или ее автором. Обычно это незаурядный, творчески одаренный человек, который способен создать нечто такое, что может получить высокую оценку со стороны масс людей. Автором моды, к примеру, может стать писатель, художник, дизайнер одежды, ученый, инженер и т. д.

Для того чтобы созданное автором моды произведение получило широкое признание и высокую оценку со стороны людей, его необходимо довести до определенного уровня совершенства. Это обычно делают не менее талантливые люди, чем автор моды, но в другой области, связанной с производством. Создавая придуманное автором произведение, они могут его улучшить, довести до требуемого уровня совершенства.

Например, высококвалифицированный редактор рукописи писателя, как правило, улучшает качество текста; мастер по изготовлению модной одежды делает ее такой, чтобы она стала привлекательной для потенциальных покупателей; высококвалифицированный рабочий изготавливает устройство или машину, изобретенную инженером, и вместе с ним доводит ее до определенного уровня совершенства. Все эти люди по праву выступают в качестве соавторов моды.

Далее, чтобы созданная вещь стала популярной, ее необходимо продемонстрировать массам людей. Это обычно делают те, кого называют демонстраторами, или первичными распространителями, моды. Их роль заключается в том, чтобы привлечь внимание масс людей к вновь созданной вещи и публично продемонстрировать ее достоинства.

Демонстраторами и первичными распространителями моды становятся, как правило, известные люди, которые часто появляются на публике, например на экранах телевизоров или в кино. Их популярность и личная привлекательность способствуют признанию соответствующей вещи и ее превращению в модную. Известно, что многие люди склонны подражать своим кумирам, и им кажется, что если они обладают такой же вещью, которая имеется в распоряжении их кумира, то это приближает их к нему, повышает их собственный статус и престиж. Так, например, многие молодые люди, подражая популярным артистам или спортсменам, стараются следовать демонстрируемой ими моде.

После того как модная вещь продемонстрирована широкой публике, оценена и получила признание, возрастает спрос на нее среди масс населения. Для того чтобы удовлетворить этот спрос и сделать ставшую модной вещь доступной, такой, которую в свое распоряжение могут получить массы населения, необходимо наладить ее массовое производство и удешевить.

На данном этапе цикла движения моды в действие вступают промышленники (предприниматели). Они быстро налаживают производство модной вещи, выпускают ее в массовом порядке. Одновременно распространение новой моды стимулируется рекламой, поскольку в обществе имеется конкуренция между разными производителями модных товаров, а «реклама — двигатель торговли».

Население после этого приобретает модную вещь в личное пользование, и на данном этапе эта вещь становится по-настоящему модной. Здесь мода достигает вершины своего существования, но после этого, как это ни парадоксально, начинается естественный и постепенный ее закат. Он связан с тем фактом, что, во-первых, то, чем уже владеют массы людей, модным не является; во-вторых, люди быстро привыка-

ют к модному и у них вновь появляется стремление к обновлению. С этого момента обычно начинается цикл новой моды.

В заключение обсудим влияние моды на психологию масс. Прежде всего отметим, что в большинстве случаев это влияние является положительным. Именно поэтому, наверное, мода возникла давно и продолжает существовать в наше время. Конкретно влияние моды на психологию масс людей может проявляться в следующем:

- улучшение массового настроения;
- повышение удовлетворенности масс людей;
- возникновение в сознании масс людей представления о том, что они развиваются;
- облегчение общения людей;
- предупреждение и устранение возможных межличностных конфликтов.

Улучшение настроения масс людей под влиянием моды происходит по той причине, что, приобщаясь к моде, люди начинают физически и психологически чувствовать себя лучше. Известно, что всякая новая, модная вещь приносит определенную пользу людям, поскольку всякая новая вещь обладает качествами, способными более полно, чем старые вещи, удовлетворить потребности людей. Отсюда и повышение настроения тех людей, которые приобщаются к моде.

Повышение удовлетворенности масс людей происходит по той же самой причине. Кроме того, люди осознают, что приобщение к моде или следование ей свидетельствуют о росте их личного благополучия. Действительно, тот, кто приобрел в индивидуальное пользование модную вещь, становится богаче в материальном отношении.

Возникновение в сознании масс людей представления о том, что они развиваются, следуя моде, объясняется тем, что среди модного есть немало такого, что действительно обогащает людей как интеллектуально, так и нравственно. Это, к примеру, касается чтения новых литературных произведений или научных трудов, знакомства с новыми произведениями искусства.

Облегчение общения благодаря моде происходит по той причине, что, следуя моде, люди легко находят единомышленников и получают удовлетворение не только от взаимопонимания, но и от того, что другие люди переживают и думают то же самое, что и они.

Мода способствует предупреждению и устранению межличностных недоразумений и конфликтов по той причине, что люди, следующие различной моде, стараются не вступать друг с другом в личные взаимоотношения. Они знают, что могут не найти друг с другом взаимопонимания.

Так, например, взрослые люди обычно избегают компаний молодежи, которые одеты не так, как, по мнению взрослых, следует одеваться, и которые, соответственно, ведут себя не так, как бы им хотелось. Справедливо и обратное: молодые люди, чья мода отличается от моды, характерной для консервативно настроенных взрослых людей, стараются меньше контактировать с ними. В итоге уменьшается общее количество межличностных конфликтов в обществе.

Паника как массовидное явление психики

Паника — это, прежде всего, особое психическое состояние человека, которое охватывает многих людей и поэтому рассматривается как массовидное явление психики. Панике предшествует и ее сопровождает состояние страха, связанного с осознанием серьезной угрозы для жизни и благополучия людей.

У паники могут быть внешние и внутренние причины. В качестве внешних причин панического состояния могут выступить различные угрозы для человека или близких к нему людей, поступающие из окружающей среды, например природные катастрофы (землетрясение, пожар, цунами, эпидемия, резкое изменение температуры, недостаток кислорода и т. п.), социальные катаклизмы (государственный переворот или уход из жизни правителя, на которого люди возлагали большие надежды, исчезновение из продажи жизненно необходимых товаров, обесценивание денег, рост преступности и т. п.).

Внутренней, психологической причиной паники или панического состояния могут стать процессы, происходящие в самом человеке, а также процессы, происходящие вне его, в непосредственном социальном окружении, в обществе в целом или в природе, — те, которые человек неправильно воспринимает и интерпретирует. В качестве внутренней причины паники может выступать осознание человеком того, что он серьезно и неизлечимо болен, что в его организме или психике происходят непонятные, несущие в себе угрозу для его физического или психического благополучия процессы, вызывающие повышенную тревогу и страх.

Состояния паники разнообразны, и если они охватывают массы людей, то их можно классифицировать по ряду признаков, например по существенности влияния на психологию и поведение масс людей (по глубине паники), по масштабам (количеству людей, охваченных паникой), по длительности и по последствиям.

По существенности влияния паники на психологию и поведение масс людей можно различать слабые, средние и сильные состояния паники. Слабые панические состояния проявляются в том, что при них

происходят сравнительно небольшие нарушения психологии и поведения людей, которые не приводят к серьезным, деструктивным психологическим или поведенческим последствиям. Примерами таких состояний являются временная всеобщая растерянность людей, их повышенная тревожность, которые, однако, существенно не влияют ни на их социальное поведение, ни на них самих как личностей. Так, например, некоторое неожиданное и неприятное для людей сообщение может вызвать у них слабо выраженное, временное паническое состояние. Люди могут думать об этом, беспокоиться по данному поводу, но это тем не менее не будет влиять на их обычное, повседневное поведение: все останется таким, как было раньше. Если, к примеру, люди опаздывают на работу или назначенную встречу и вовремя не успевают это сделать, если они оказываются не в состоянии в данный момент времени приобрести очень нужную для них вещь, то их может охватить состояние паники.

Среднее по глубине паническое состояние характеризуется уже заметными, серьезными нарушениями образа жизни людей, их психики и поведения. Под влиянием такого состояния люди прекращают работать, заниматься повседневными делами, и их внимание полностью сосредоточивается на том, что вызвало у них соответствующее состояние. При этом нарушается привычный ритм жизни, люди не справляются со своими делами или не успевают сделать их вовремя. Размышление над тем, что происходит или может произойти, выбивает людей из состояния душевного равновесия, и они начинают сильно волноваться и переживать по поводу происходящего. У особо чувствительных людей могут наблюдаться временные невротические состояния или ухудшение их физического и психологического самочувствия. Страхи, повышенная тревога, депрессия — это типичные внутренние признаки такого состояния.

Сильно выраженное состояние паники возникает у людей в условиях реальной и значительной угрозы их жизни. Такое состояние характеризуется полным расстройством нормального образа жизни, психики и поведения людей. При этом люди начинают вести себя неразумно, неорганизованно, своими действиями мешают себе и другим людям избежать угрозы (например, публика или толпа людей на стадионе, в зрительном зале во время пожара может броситься к единственному выходу и фактически заблокировать его). Внутреннее состояние людей во время сильной паники близко к состоянию стресса и характеризуется эмоциями типа аффектов, которые временно берут верх над разумом. Находясь в таком состоянии, человек плохо соображает, не понимает, что происходит с ним и вокруг него, совершает бесцельные,

непродуманные и малоэффективные действия, которые на самом деле не способствуют устранению возникшей угрозы или ее избеганию.

По масштабам или количеству людей, охваченных паникой, она может быть локальной, местной или общесоциальной.

Локальная паника — такая, которая возникает только в конкретном месте, в ближайшем социальном окружении индивида, например в той малой группе или организации, в которой он находится в данный момент времени. Местной называют панику, которая охватывает все население, находящееся в данной местности: деревне, поселке, городе, области. Наконец, общесоциальной называют панику, которая охватывает всех людей, проживающих в соответствующей стране. Можно, наверное, руководствуясь обсуждаемым здесь критерием, выделить и глобальную панику, которая в состоянии охватить все население земного шара, но с такой паникой современное население Земли, к счастью, еще не встречалось.

По длительности паника как состояние может продолжаться несколько десятков секунд, минут, часов и даже дней. Более длительным по времени состояние паники, в принципе, быть не может, так как это, во-первых, чревато серьезными последствиями для здоровья и жизни людей, во-вторых, за долгое время может существенно измениться и то, что вызвало состояние паники. Угрожающий фактор за время, прошедшее с момента начала паники, может быть устранен, или же его действие может уже значительно ослабиться, вызвав серьезные, необратимые последствия (например, могут прекратиться случившиеся землетрясение, пожар или цунами). Соответственно люди со временем могут немного успокоиться и возвратиться в более или менее привычное для них состояние, например осознать, что все худшее уже позади и что необходимо приступить к ликвидации последствий свершившейся катастрофы.

По своим деструктивным последствиям паника может быть охарактеризована как слабая, средняя или сильная.

Слабая паника, как правило, проходит быстро и ни к каким деструктивным последствиям не ведет. Она не приводит к каким-либо значительным утратам и не влечет за собой серьезные негативные последствия для психики или состояния здоровья людей.

Средняя паника порождает заметные, но, в принципе, устранимые последствия, позволяющие людям со временем восстановить статус-кво, частично или полностью, и избавиться от результатов паники. Например, человек, переживший состояние стресса, может в конечном счете избавиться от него; человек, утративший нечто материальное, может со временем вновь его приобрести.

Сильная паника приводит к последствиям, которые оказываются неустраняемыми или невосполнимыми, и людям приходится с ними в итоге, смириться. Такая паника может быть связана, например, с появлением у человека хронических, неизлечимых заболеваний, серьезных, необратимых изменений, касающихся его психики, и т. п.

Ученые, изучавшие состояние паники, интересовались и условиями ее возникновения, а также способами предупреждения и устранения. В качестве основных условий возникновения паники называются следующие:

- неожиданное изменение привычной ситуации или условий жизни таким образом, что появляется угроза для благополучия людей;
- неспособность людей понять причины происходящего с ними и вокруг них;
- невозможность найти удовлетворительный и разумный выход из сложившейся ситуации;
- неблагоприятное внутреннее состояние людей, например их усталость, повышенная тревожность, плохое самочувствие;
- отсутствие достоверной информации из официальных источников о происходящем;
- паническое поведение окружающих людей, которое через механизм заражения влияет на остальных.

Главным фактором, способствующим возникновению паники, является неожиданность или внезапность появления угрозы. Если до этого люди уже находились в состоянии тревоги, ожидали наступления худшего, но точно не знали, когда и где это может произойти, то такое психологическое состояние людей при наступлении реальной угрозы или сигналов о ней почти неизбежно порождает панику. В свою очередь, усиливать состояние паники, если оно уже возникло, могут следующие факторы:

- продолжающаяся неопределенность в понимании того, что на самом деле происходит (отсутствие достоверной информации о случившемся или происходящем);
- распространяющиеся слухи, особенно те, которые пугают людей;
- сигналы, свидетельствующие о приближении угрозы, например вид огня при пожаре или высокой волны при цунами, ощущение толчков со стороны земли при землетрясении и т. п.;
- отсутствие действий, направленных на оказание помощи людям, со стороны властей или других органов, которые отвечают за благополучие людей.

Меры предупреждения панического состояния масс могут, в свою очередь, быть следующими:

- заблаговременное предупреждение людей о неприятных изменениях, которые могут произойти в их жизни или в окружающей среде;
- понятное и разумное объяснение причин происходящих изменений, если они неизбежны, а также их возможных последствий;
- называние вероятного места и срока наступления соответствующих событий;
- разъяснение людям, как следует вести себя в создавшихся условиях;
- разработка мер, направленных на оказание помощи людям, которые могут попасть в беду, и информирование их об этом;
- обеспечение доступа людей ко всей необходимой им информации, связанной с наступающими событиями;
- непосредственное руководство людьми в то время, когда может наступить состояние паники, успокаивание их, оказание им необходимой поддержки;
- демонстрация людям теми, кто отвечает за их благополучие, уверенности в себе.

Уже возникшим паническим состоянием, если оно приобрело крайние формы, управлять довольно трудно. В это время человек является невменяемым и ведет себя неразумно. Он мало или почти не реагирует на разъяснения, уговоры и действует импульсивно. В этих условиях самое главное заключается в том, чтобы создать обстановку, в которой бы люди, находящиеся в состоянии паники, не нанесли себе вред и не причинили его окружающим. Вместе с тем из непосредственного окружения находящихся в состоянии паники людей необходимо постараться устранить все, что может усилить их паническое состояние.

Социально-психологические аспекты рекламы

Рекламой называют действия, направленные на популяризацию среди масс людей кого-либо или чего-либо. Рекламную деятельность можно также оценить как такую, которая придает особую ценность тому, что рекламируется. Основная задача так называемой рекламы состоит в том, чтобы привлечь внимание людей к соответствующему объекту или событию, ознакомить людей с ним, раскрыть его положительные стороны, добиться благоприятного отношения к нему, побудить людей к действиям, направленным на предпочтительный выбор

именно этого объекта или события. Соответственно в ходе рекламы решаются следующие частные задачи:

- привлечение внимания;
- информирование;
- формирование положительных социальных установок;
- убеждение.

Если действие рекламы рассчитано на будущее, то к названным выше четырем задачам добавляется пятая — сохранение в памяти людей того, что было сказано и сделано во время оказываемого на них рекламного воздействия.

Главной причиной появления и развития рекламной деятельности является конкурентная борьба или между производителями тех или иных товаров, или с иными поступающими к людям предложениями. Поэтому рекламная деятельность в истории жизни людей появилась и стала развиваться в то время, когда возникла конкуренция на рынке сбыта товаров (коммерческая реклама), когда появилась демократия, а вместе с ней — конкуренция между людьми на политической арене (политическая реклама).

Существуют соответственно две основные разновидности рекламы — коммерческая и политическая. Коммерческая реклама направлена на повышение спроса на те или иные товары или услуги, предлагаемые коммерческими организациями. Политическая реклама связана с популяризацией среди населения тех или иных идей, людей или политических организаций. Она рассчитана на то, чтобы население поддержало эти идеи, конкретных людей или организации, например, во время выборов или одобрило их политику тогда, когда они реально находятся у власти. Особенностью политической рекламы, в отличие от коммерческой, является то, что в ней присутствует и играет активную роль самореклама (имеется в виду случай, когда некоторое лицо, участвующее в политике, или политическая организация сами себя рекламируют).

С современной политической рекламой связывают так называемое PR-движение. Это название происходит от английских слов *Public Relations*, что означает «публичные отношения» или «взаимоотношения с общественностью». Данное движение возникло и началось в Англии в 1948 году, когда был создан первый институт PR. Поначалу это движение преследовало цель разъяснения населению политики правительства. Со временем оно превратилось в политическую рекламную деятельность, которая была распространена на предвыборные кампании. В этой форме PR в основном существует и практически применяется в наши дни.

Специалисты по политической рекламе существуют во многих странах мира, в том числе и в России. Они выступают в роли советников действующих руководителей и кандидатов на выборные должности, представляют их перед публикой, организуют и режиссируют их выступления в средствах массовой информации, например на телевидении. Задача «пиарщиков» — так в народе их пренебрежительно называют — состоит в том, чтобы создать и поддержать в массах населения положительный образ соответствующего политика или организации, сделать популярной проводимую ими политику.

К сожалению, со временем сложилось два разных PR-движения: так называемый «белый» PR и «черный» PR. Первый старается быть максимально объективным, открытым и честным перед людьми, не обманывать, не вводить их в заблуждение; второй поступает наоборот, нарушая нормы этики, морали и беззастенчиво вводя людей в заблуждение. Соотношение «белого» и «черного» PR в той или иной стране зависит от ее культуры, состояния правовой системы и принятой в данном обществе морали.

Поскольку реклама как социально-психологическое явление существует давно, в ней сложились свои традиции, которые оформились в соответствующие теоретические модели рекламы. Основные из них следующие.

1. Модель AIDA (соответствующая аббревиатура происходит от начальных букв английских слов, означающих внимание, интерес, желание и действие). В соответствии с этой моделью рекламное воздействие начинается с привлечения внимания людей к рекламируемому товару. Затем решается вопрос о вызове интереса к данному товару, возбуждении желания его приобрести и побуждении реальных действий, направленных на его приобретение.
2. Модель ACCA (это сокращенное название происходит от английских слов, переводимых на русский язык терминами «интерес», «понимание», «убеждение» и «действие»). Данная модель предполагает следующую последовательность актов воздействия рекламы на потребителя: привлечение внимания; обеспечение наилучшего восприятия и понимания аргументов в пользу соответствующего товара; убеждение потребителя в необходимости приобрести данный товар; побуждение к соответствующим практическим действиям.
3. Модель DIBABA. Эта аббревиатура составлена из начальных букв немецких слов, означающих соответственно выявление потребностей и интересов людей; отождествление нужд потребителя с тем, что предлагается в рекламе; «подталкивание» потребителя к выводу о необходимости совершить соответствующую покупку; учет предполагаемой реакции потребителя на рекламу; обеспечение

благоприятных условий (ситуации) для совершения покупки рекламируемого товара.

4. Модель DAGMAR. Название данной модели образовано из начальных букв слов, содержащихся в следующем английском предложении: «Defining advertising goals — measuring advertising results». В соответствии со значениями этих слов, рекламирование товара по данной модели проходит через четыре этапа: узнавание потребителем марки рекламируемого товара; информирование о качестве данного товара; убеждение в необходимости приобрести товар; побуждение и обеспечение благоприятных условий для совершения действий, направленных на приобретение рекламируемого товара.

Из краткого обзора представленных выше моделей организации и проведения рекламы следует, что в производстве рекламы (и в рекламном деле вообще) психология играет немаловажную роль, поскольку во всех этих моделях и практически на всех этапах рекламы возникают вопросы, которые должны решаться с участием профессиональных психологов.

В рекламе как разновидности сложной социальной — в настоящее время профессиональной — деятельности принимают участие многие лица. Это, прежде всего, рекламодатель — тот человек или организация, которые заинтересованы в популяризации себя или того, что они производят. Рекламодателем называют непосредственного заказчика соответствующей рекламы. Того, кто выполняет заказ рекламодателя и изготавливает рекламу, называют рекламистом. Помимо этих двух лиц, в рекламном процессе участвуют люди, которые являются распространителями рекламы. Их задача состоит в том, чтобы распространять уже изготовленную рекламу среди масс населения.

Люди, участвующие в рекламной деятельности, могут быть специалистами в разных областях: производителями соответствующих товаров, социологами, политиками, художниками, актерами, журналистами, психологами.

Роль психолога в производстве рекламы, как правило, ограничена и сводится к решению следующих задач:

- обеспечение рекламодателя и рекламиста, а также распространителей рекламы необходимыми сведениями из области психологии людей — потребителей соответствующей рекламы;
- рекомендации по внешнему оформлению рекламы в расчете на то, чтобы она лучше воспринималась и запоминалась людьми;
- оценка рекламной продукции с точки зрения ее соответствия психологическим особенностям потребителей рекламы;

- исследование механизмов психологического воздействия рекламы на людей;
- изучение (совместно с социологами и другими специалистами) того, как люди воспринимают рекламу и реагируют на нее.

Если речь идет не о коммерческой, а о политической рекламе, то указанный выше перечень задач дополняется следующими:

- оценка образа того или иного политика или организации, их привлекательности для людей;
- выработка рекомендаций по улучшению соответствующего образа, включая советы на тему о том, как публично вести себя, что говорить, как реагировать на вопросы людей и т. д. (все это, вместе взятое, называют процедурой «формирования образа», или имиджмейкерством).

Еще один, достаточно тонкий нравственно-психологический аспект рекламы, вытекающий из норм профессиональной этики, состоит в следующем. Одна из главных норм кодекса профессиональной этики психолога утверждает, что он должен быть открытым и честным перед людьми, стоять на страже интересов любого человека, в данном случае — клиента, не допускать обмана или нарушения прав любого человека. Эта норма входит в явное противоречие с недобросовестной рекламой, которая, напротив, часто вводит потребителя в заблуждение, нарушает его права.

Р. Р. Гарифуллин, описывая и анализируя приемы, используемые как в коммерческой, так и особенно в политической рекламе для введения в заблуждения людей, перечисляет многие приемы, характеризующие недобросовестную рекламу. Вот некоторые из них (это в основном приемы «черного» PR).

1. Скрытая реклама, рассчитанная на ее неосознанное воздействие на людей.
2. Одностороннее, избирательное и предвзятое представление товаров (в коммерческой рекламе), людей, организаций или событий (в политической рекламе).
3. Распространение слухов с их последующим опровержением уже после того, как люди отреагировали на соответствующую «утку» и она сыграла свою роль.
4. Форма изложения материала, специально рассчитанная на то, чтобы вызвать определенную реакцию людей.
5. Организация заказных материалов: статей, выступлений, писем и т. п. в пользу того, что поддерживается, или направленных против конкурента.

6. Изложение непроверенных или в принципе непроверяемых «фактов».
7. Ссылка на «компетентные» источники.
8. Цитирование источников информации, которые не вызывают доверия, например так называемой желтой прессы.
9. Дискредитация конкурента с помощью нахождения и представления публике какой-либо неприятной информации о нем при условии тщательного скрывания такой информации о своем кандидате (или товаре).

В связи с этими достаточно серьезными возможными нарушениями прав людей, морали и этики как рекламодателями, так и рекламистами можно сформулировать еще одну важную задачу, которая стоит перед профессиональным психологом, принимающим участие в рекламной деятельности: *защищать интересы потребителя и препятствовать его обману вплоть до отказа участвовать в рекламной деятельности.*

Еще один существенный психологический момент, связанный с рекламой, — это мотивы обращения людей к рекламе. Они могут быть двух типов: потребительские и психологические.

Потребительские мотивы связаны с потребностями людей, с их нуждами, касающимися тех или иных товаров. Это — первый и главный мотив обращения людей к рекламе. Он актуализируется тогда, когда люди испытывают нужду в чем-либо и у них появляются возможность приобрести нужное. Тогда и начинается поиск необходимого, который обращает внимание людей на рекламу.

Психологические мотивы обращения людей к рекламе связаны с личностными особенностями потребителей, с их стремлением удовлетворить мотивы престижа или так называемого личностного роста. В их число входят следующие:

- повышение своего статуса в глазах окружающих людей за счет приобретения соответствующего товара;
- повышение самооценки, связанное с тем, что человек ощущает себя обладателем соответствующей ценности — товара.

Одна из основных задач психологии в связи с изучением и научным обеспечением рекламной деятельности заключается в том, чтобы исследовать психологические механизмы воздействия рекламы на людей.

Одним из основных таких механизмов считается внушение. Оно предполагает реагирование людей на те или иные воздействия без их критической оценки. Внушение основано не на логике доказательства и безупречных аргументах, а на социально-психологическом воздействии авторитета. Сам факт того, что рекламодатель — производитель

рекламируемого товара обладает известным авторитетом в обществе, может усиливать воздействие его рекламы на людей.

В учебниках по психологии рекламы среди ее механизмов воздействия на потребителей указывается также подражание, то есть копирование людьми потребительского поведения тех, кто выступает в качестве образца для подражания. С этой целью, например, на рекламных плакатах или в рекламных телевизионных роликах представляют популярных среди публики людей, которые или сами являются обладателями рекламируемого товара, или рекламируют его, то есть советуют своим поклонникам его приобрести. Этот механизм широко используется не только в коммерческой, но и в политической рекламе. Например, в политической рекламе, во время предвыборной кампании того или иного кандидата или политическую партию может представлять потенциальным избирателям известный в стране или в данном регионе политик, спортсмен, артист и т. п. Подражая ему как своему кумиру, некоторые люди делают свой выбор в пользу того, кого рекламируют.

Иногда среди механизмов психологического воздействия рекламы на массы людей называют заражение, хотя точного научного определения этого термина не существует. Приблизительно под ним понимают бессознательное воздействие, при котором человек, оказавшийся в сфере влияния заражения, не осознает ни факта оказания воздействия на него, ни результата соответствующего воздействия. Под заражением в психологии обычно понимают примерно то же самое, что имеют в виду в биологии или медицине, когда, например, говорят, что одно растение или живое существо заражается чем-либо от другого растения или животного.

Еще один механизм психологического воздействия рекламы на людей — убеждение. Под ним, в отличие от рассмотренных выше механизмов, понимают использование логики и аргументов для демонстрации правильности того, к чему призывает реклама. Данный механизм действует в основном на тех людей, которые осознанно и разумно реагируют на рекламу, делают свой выбор после тщательного взвешивания достоинств и недостатков рекламируемых товаров.

Реклама тесным образом связана с уже рассмотренным нами массовым явлением психики — модой. Соотношение между этими двумя социально-психологическими явлениями следующее. Реклама участвует в процессе, который делает тот или иной товар модным. В свою очередь, мода способствует рекламе: ее существование повышает эффективность рекламной деятельности. Оба эти явления поддерживают друг друга.

Подводя итог обсуждению психологических аспектов рекламы, оценивая роль психологии и психолога в рекламной деятельности,

можно констатировать, что среди специалистов по рекламе и рекламодателей нет единого мнения в оценке значения психологии и работы психолога для рекламы. Одни считают, что психология для рекламы необходима, так как она обеспечивает более существенное воздействие рекламы на потребителя и его поведение; другие полагают, что психология существенной роли в рекламе не играет, что главное состоит в том, нуждается ли потребитель в соответствующем товаре, и в том, каким образом человек оценивает его достоинства и свои возможности, касающиеся приобретения соответствующего товара.

Нет смысла обсуждать этот вопрос далее и выяснять, кто в данном случае ближе к истине. Очевидно, однако, что при прочих равных условиях знание и учет психологических факторов, несомненно, может повысить эффективность рекламы. Если речь идет о так называемом «одноразовом» бизнесе, цель которого состоит в том, чтобы обязательно добиться приобретения потребителем соответствующего товара, то в решении этого вопроса психология, наверное, существенной роли не играет. Однако когда речь идет о «долгосрочном» бизнесе, то здесь без психологии, наверное, не обойтись. Практика показывает, что в крупных коммерческих и политических организациях, рассчитывающих в перспективе на сохранение своей популярности среди масс населения, в рекламных отделах наряду с другими специалистами обязательно работают и профессиональные психологи.

Религия как массовидное психическое явление

Религия рассматривается как массовидное явление психики по той причине, что она также формирует психологию масс людей и определяет их социальное поведение. Единого определения религии нет, а ее психологическое понимание многозначно. У религии как массовидного явления психики есть социальные и психологические корни. Социальные корни религии связаны с возникновением и развитием человеческого общества. Психологические корни религии находятся в самой психологии людей. Они представляют собой следующее.

1. Потребность людей в познании себя и окружающего мира, в формировании мировоззрения или определенного взгляда на происхождение и устройство мира (в религиозных писаниях представлена сравнительно простая и доступная всем людям картина мира).
2. Стремление людей к единству, к установлению друг с другом нормальных взаимоотношений (эти отношения прописаны во многих религиозных учениях).

3. Желание людей вместе бороться против угрожающих им опасностей (в религиозных учениях предусмотрены для этого соответствующие культы и обряды, с помощью которых люди якобы в состоянии уберечь себя от опасностей).
4. Избавление людей от переживаний и тревог (совместные молитвы, исповеди, проповеди, обещания загробной жизни, как правило, успокаивают верующих).
5. Стремление навести порядок в обществе (в религиозных учениях содержатся четкие предписания относительно того, как следует организовать общественную жизнь).

Исследователи религии с социально-психологической точки зрения обычно обсуждают ее функции и мотивы обращения людей к религии. В качестве основных социально-психологических функций религии называются следующие:

- сплочение людей, при этом религия выполняет социально-образующую, или интегрирующую, функцию;
- облегчение страдания людей;
- удовлетворение потребности людей в общении, особенно одиноких;
- способствование нравственному самосовершенствованию человека (верующие люди ведут себя, как правило, более нравственно, чем неверующие);
- обеспечение значительной части людей, прежде всего тех, кому по разным причинам недоступна научная картина мира, простым и понятным взглядом на мир;
- содействие установлению социального равенства людей (во всех религиозных учениях утверждается, что перед Богом все равны).

В качестве основных мотивов обращения людей к религии чаще всего называются следующие:

- желание получить простое и непротиворечивое представление о мире, его происхождении и устройстве;
- ожидание счастливой загробной жизни (многие современные религии обещают это тем, кто ведет праведный образ жизни);
- интерес к религиозному культу, к участию в религиозных обрядах (они многим людям доставляют эстетическое наслаждение и душевное облегчение);
- убежденность в том, что вера (религия) укрепляет нравственность (стремление к нравственному самосовершенствованию);
- вера по традиции или на всякий случай (многие люди обращаются к религии потому, что так поступают значимые для них люди;

сами они особенно не верят в Бога, но и не убеждены в том, что его нет);

- меркантильные мотивы, или мотивы личной выгоды. Они характерны для людей, которые на самом деле в Бога не верят, но стремятся извлечь какие-либо выгоды для себя из публичной демонстрации якобы существующей у них веры. Среди таких людей немало политиков, представителей культуры, коммерсантов, других известных публичных личностей, которые представляют себя верующими сознательно, в целях саморекламы.

? Контрольные вопросы

1. Какие социальные группы называют большими?
2. Чем отличаются большие социальные группы от малых и средних?
3. Какие различия существуют между малыми, средними и большими социальными группами по степени их организованности?
4. Каковы особенности отношений между людьми, складывающихся в малых, средних и больших социальных группах?
5. Что понимается под массовидными явлениями психики?
6. Чем массовидные явления психики отличаются от психологических явлений, присущих индивиду?
7. Как определяются массовое сознание, массовое настроение и общественное мнение?
8. Что представляют собой массовые психические состояния?
9. Что называют массовыми коммуникациями и массовыми социальными установками?
10. Что такое мода как массовидное явление психики?
11. Что представляют собой слухи как массовидное психическое явление?
12. Почему веру или религию также рассматривают как массовидное явление психики?
13. Каковы социально-психологические особенности коммерческой и политической рекламы?
14. Какими социально-психологическими особенностями обладают слухи?
15. Почему информация, содержащаяся в слухах, не является достоверной (искажается по мере распространения слухов)?
16. Что представляют собой разновидности слухов?
17. Каковы особенности слуха-желания?
18. Что содержит в себе слух-пугало?
19. Что представляет собой и на что направлен слух с агрессивным содержанием?

20. Что предшествует возникновению слуха?
21. При каких условиях слух возникает и начинает распространяться?
22. Что представляют собой изменения, закономерно происходящие со слухами по мере их распространения?
23. Что такое сглаживание, обострение и адаптация слуха?
24. В чем проявляется отрицательная социально-психологическая роль слухов?
25. Какие меры обычно предпринимаются для предупреждения возникновения и распространения слухов?
26. Что представляют собой профилактические и активные меры, направленные против слухов?
27. Когда и почему в истории человечества возникла мода?
28. Каковы основные социально-психологические функции современной моды?
29. В чем проявляется способность моды быть выражением культуры людей?
30. Каким образом в моде реализуются вкусы людей и их индивидуальные особенности?
31. Что представляют собой такие функции моды, как дифференциация и объединение людей?
32. Каким образом мода способствует облегчению поиска человеком себе подобных среди других людей?
33. Каким образом мода обеспечивает привлечение внимания к человеку со стороны окружающих людей?
34. Посредством чего мода повышает уровень самосознания и удовлетворенности человека?
35. Каким образом мода способствует обновлению и развитию культуры?
36. Что представляет собой цикл движения моды?
37. Каковы особенности возникновения моды?
38. Что обеспечивает признание моды массами населения?
39. Каким образом мода распространяется после ее возникновения и признания?
40. В чем проявляется и чем обусловлен закат моды?
41. Кого называют автором и соавтором моды?
42. Какова роль первичных демонстраторов моды в обеспечении ее популярности среди масс населения?
43. Какую роль играет реклама в распространении моды?
44. Чем вызвана необходимость постоянного обновления моды?
45. Какое влияние мода оказывает на психологию людей?
46. Каким образом мода улучшает настроение масс людей?
47. За счет чего с помощью моды повышается удовлетворенность людей?

48. Каким образом в сознании масс людей в результате следования моде возникает представление о том, что они развиваются?
49. Каким образом мода облегчает общение людей между собой?
50. За счет чего мода может предупреждать и устранять межличностные конфликты?
51. Что такое паника, что обычно предшествует ее возникновению?
52. Какими могут быть основные причины паники?
53. Что представляют собой внешние и внутренние предпосылки паники?
54. По каким основаниям состояния паники делят на виды?
55. Каковы разновидности паники?
56. Что представляют собой слабые состояния паники?
57. В чем и каким образом проявляются средне выраженные состояния паники?
58. Каковы психологические и поведенческие последствия сильно выраженных состояний паники?
59. На какие виды делится паника в зависимости от особенностей ее распространения среди масс населения?
60. Что представляют собой локальные, местные и общесоциальные состояния паники?
61. На какие виды делится паника по длительности ее сохранения как состояния?
62. Что представляет собой разделение паники на виды по вызываемым ею последствиям?
63. Каковы условия возникновения паники?
64. Что может породить и усилить состояние паники?
65. Что представляют собой способы предупреждения панических состояний?
66. Каковы могут быть меры, направленные на устранение последствий уже возникшей паники?
67. Что представляет собой реклама как массовидное явление психики?
68. С каких пор существует реклама в человеческом обществе?
69. Каковы основные разновидности рекламы?
70. В чем выражаются социально-психологические функции (задачи) рекламы?
71. Что такое коммерческая реклама?
72. Какую рекламу называют политической?
73. Что такое PR-движение, где, когда и с какой целью оно возникло?
74. Как цели PR-движения изменились со временем?
75. Что такое «белый» PR?
76. Что называют «черным» PR-ом?
77. Что представляют собой основные теоретические модели рекламы?

78. В чем заключается специфика модели рекламы AIDA?
79. Каковы особенности модели рекламы ACCA?
80. Каковы характерные черты модели DIBABA?
81. В чем заключаются главные моменты рекламы, осуществляемой по модели DAGMAR?
82. Какие лица участвуют в производстве и распространении рекламы?
83. Какова роль психолога в рекламном процессе?
84. Что представляют собой морально-этические аспекты рекламы?
85. Какую позицию в морально-этических вопросах, связанных с рекламой, должен занимать профессиональный психолог?
86. Каковы основные приемы, используемые в недобросовестной, морально нечистоплотной рекламе?
87. По каким мотивам люди обращаются к рекламе?
88. Каковы социально-психологические механизмы воздействия рекламы на людей?
89. На каком основании религию относят к массовидным явлениям психики?
90. Что представляют собой психологические корни веры?
91. Как определяются основные социально-психологические функции религии?
92. Каковы основные мотивы обращения людей к религии?



Литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология. — М., 2006. — С. 144–180.
2. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. — СПб., 2004. — С. 433–475.
3. Бехтерев В. М. Коллективная рефлексология // В. М. Бехтерев. Избранные работы по социальной психологии. — М., 1994. — С. 18–191.
4. Войтасик Л. Психология политической пропаганды. — М., 1981.
5. Вундт В. Проблемы психологии народов // Преступная толпа. — М., 1998. — С. 197–308.
6. Гарифуллин Р. Р. Иллюзионизм личности как новая философско-психологическая концепция: психология обмана, манипуляций, кодирования. — Казань, 1997. — С. 279–311.
7. Глейтман Г., Фридлунд А., Райсберг Д. Основы психологии. — СПб., 2001. — С. 590–596.
8. Грушин Б. А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования. — М., 1987.
9. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы. Второе издание. — М.; СПб., 2007. — С. 158–328.

10. *Ляпина Т. В.* Политическая реклама. — Киев, 2000.
11. *Майерс Д.* Социальная психология. — СПб., 1997. — С. 310–354.
12. *Московичи С.* Век толп. — М., 1998. — С. 23–267.
13. *Назаретян А. П.* Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. — М.; СПб., 2004.
14. *Ольшанский Д. В.* Психология масс. — СПб., 2001. — С. 51–89, 237–329.
15. *Почебут Л. Г.* Социальная психология толпы. — СПб., 2004.
16. *Сигеле С.* Преступная толпа // Преступная толпа. — М., 1998. — С. 13–119.
17. Состояние паники // Психология состояний. Хрестоматия / Под ред. А. О. Прохорова. — М.; СПб., 2004. — С. 439–449.
18. *Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С.* Агрессия. — СПб., 2002. — С. 96–140.

Часть IV

ЛИЧНОСТЬ В ГРУППЕ



Краткое содержание

Социально-психологические аспекты личности. Отличие социально-психологического изучения личности от ее исследования в социологии и общей психологии. Я-концепция, самооэффективность личности, социальные установки, ценности, нормы морали, формы социального поведения, его мотивы и мотивация, локус контроля, каузальная атрибуция, самопрезентация, самоуничижение, самовосхваление и другие социально-психологические аспекты личности. Самомониторинг как социально-психологический аспект изучения личности. Социальные типы личностей. Авторитарная личность. Базовая личность. Маргинальная личность. Личность типа А. Личность типа Б. Понятие о локусе контроля. Интерналы и экстерналы.

Социальные установки. Определение социальной установки. Социальные установки как важнейшие составляющие социальной психологии личности. Структура социальной установки. Когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты социальной установки. Разновидности социальных установок, определяемые по соотношению их компонентов. Три исторических этапа исследования социальных установок. Причины повышенного интереса ученых к изучению социальных установок на начальном этапе исследований. Основные функции социальных установок. Вклад К. Ховланда в исследование процесса формирования и изменения социальных установок. Факторы, влияющие на социальные установки. Зависимость влияния информации на социальные установки людей от источника информации, ее содержания и порядка передачи, от особенностей аудитории, которой эта информация адресована.

Социализация. Понятие социализации. Широкое и узкое определения термина «социализация». Три основные сферы, в которых проявляется процесс социализации: деятельность, общение и самопознание личности. Представление о стадиях социализации. Различия в стадиях социализации и периодизациях возрастного развития. Различные подходы к определению стадий социализации. Стадии трудовой и политической социализации человека. Социологическое и социально-психологическое представления о социализации. Институты социализации. Социально-когнитивная теория социализации А. Бандуры.

Каузальная атрибуция. Понятие каузальной атрибуции. Причины, по которым люди ищут объяснение происходящих с ними и вокруг них событий. Теория каузальной атрибуции Ф. Фидлера. Интернальная (внутренняя) и экстернальная (внешняя) каузальные атрибуции. Общая атрибутивная теория Ф. Хайдера, ее отличие от теории каузальной атрибуции Фидлера. Факторы, определяющие внешнюю или внутреннюю каузальную атрибуцию причин, по Г. Келли. Выбор человеком внешнего или внутреннего объяснения причин поведения. Фундаментальная ошибка атрибуции. Причинно-следственное объяснение людьми своего и чужого поведения, а также поведения тех людей, которые ему нравятся или не нравятся.

Социально-психологические аспекты личности

Проблема личности представлена и рассматривается в разных областях психологии и во многих других науках, в том числе в социологии. Есть соответственно и свой аспект изучения личности в социальной психологии. Его, прежде всего, необходимо выделить и уточнить, сравнивая между собой то, как ставится и решается проблема личности в близких к социальной психологии науках: общей психологии и социологии.

В общей психологии личность изучается в основном безотносительно к тем отношениям, которые у нее складываются с окружающими людьми. Общепсихологический анализ личности обычно ограничивается постановкой и решением следующих вопросов.

- Что такое личность?
- Чем личностные свойства человека отличаются от других его психологических свойств?
- Какова структура личности?
- Как возникают личностные свойства человека?
- Как формируется и развивается человек как личность?
- Существуют ли устойчивые типы личностей и что они собой представляют?

Социологический анализ личности, в свою очередь, предполагает рассмотрение личности с позиций общества и в ее отношениях с обществом. В процессе социологического анализа личности ставятся и решаются следующие вопросы.

- Что в личности характеризует человека как типичного представителя определенной социальной группы?
- Какова социальная типология личностей?
- Что представляет собой динамика становления типичной социальной личности в зависимости от процессов, происходящих в обществе?

В социологии, таким образом, личность представлена через ее своеобразный социальный тип, и социологи, изучая личность, обычно абстрагируются от индивидуальных психологических особенностей человека. Главные проблемы социологии личности — это построение социальной типологии личностей, уточнение характера и последствий социальных влияний, оказываемых обществом на личность.

В социальной психологии личность рассматривается иначе, чем в общей психологии и социологии. Собственно социально-психологический аспект изучения личности заключается в том, чтобы, представляя

личность как некоторого рода индивидуальность, вместе с тем подчеркнуть в ней и социальное начало. Соответственно в социальной психологии относительно личности ставятся и решаются следующие вопросы.

- Каковы стороны личности, в которых выражается ее отношение к обществу и окружающим людям?
- Какое влияние на личность оказывает ее непосредственное социальное окружение, в частности — малые группы, в жизни и деятельности которых она принимает участие?
- Каким образом взаимодействуют между собой личность и малая группа?
- Что представляет собой социальное поведение человека как личности?
- Какова мотивация социального поведения личности?

По мнению Г. М. Андреевой, социальная психология опирается на то определение личности, которое имеется в общей психологии, но выясняет, каким образом личность формируется и развивается в различных социальных группах, каким образом реализуется (организуется) ее деятельность в разнообразных социальных группах.

Таким образом, основное внимание социальных психологов в изучении личности направлено на выяснение закономерностей, которым подчиняются психика и деятельность человека в социальных группах.

В структуре личности можно выделить различные стороны, или аспекты, которые изучаются в разных отраслях психологии: общей, возрастной, дифференциальной, клинической, социальной и других. В общей психологии представлена психология личности как отдельно взятого человека (индивида) вне его социальных связей и отношений, а также в абстрагировании от тех аспектов личности, которые специально выделяются и рассматриваются в других областях психологии. В возрастной психологии акцентируется внимание на формировании и развитии человека как личности, а также на возрастных особенностях личности. Предмет исследования дифференциальной психологии — индивидуальные, личностные психологические различия людей, их выявление, описание и объяснение. В клинической психологии изучаются в основном отклонения личности от нормы (в данном случае — медицинской), порождаемые теми или иными заболеваниями, а также способы их устранения (коррекции).

В социальной психологии представлены и изучаются те стороны личности, которые характеризуют социальные связи и отношения человека. Это, прежде всего, Я-концепция, социальные установки, цен-

ности, нормы, формы социального поведения, его мотивы и мотивация и ряд других специальных явлений, характеризующих личность со стороны ее взаимоотношений и взаимодействий с обществом и другими людьми. Это, например, локус контроля, каузальная атрибуция, самопрезентация, самоуничижение, самовосхваление и ряд других.

Одно из понятий, используемых в современной социальной психологии личности и характеризующих так называемую Я-концепцию человека, — это понятие самоэффективности. Оно определяется как уверенность человека в том, что он компетентен, способен достичь высоких результатов в том или ином виде социальной деятельности.

Самоэффективность отличается от чувства собственного достоинства или самоуважения, которые также входят в структуру Я-концепции человека (личности). Чувство собственного достоинства — это чувство удовлетворенности собой, гордости за себя. Самоуважение — это положительное отношение человека к себе, принятие себя таким, какой есть, включая не только собственные достоинства, но и недостатки. Человек может низко оценивать свою самоэффективность, но тем не менее быть вполне довольным собой, иметь чувство собственного достоинства и с уважением относиться к себе.

Под самопрезентацией понимают представление человеком себя другим людям или выбор человеком таких форм социального поведения, которые позволяют произвести впечатление на окружающих людей, сформировать у них определенное представление о себе (образ «Я» для других).

Самоуничижением (самоунижением) называется такое социальное поведение человека, когда он недооценивает, осуждает, унижает самого себя, представляя себя в невыгодном свете в глазах окружающих людей. Самовосхвалением называется противоположная форма поведения, при которой человек переоценивает себя, представляет себя в глазах окружающих людей лучшим, чем он есть на самом деле. Можно, соответственно, утверждать, что, занимаясь самоуничижением, человек создает о себе неблагоприятное впечатление, а занимаясь самовосхвалением — благоприятное впечатление. Однако и в том, и в другом случаях впечатление, складывающееся о данном человеке в глазах окружающих его людей, является неправильным.

Еще одно явление, относящееся к социальной психологии личности, получило название самомониторинга. Под ним понимается сознательное, целенаправленное изучение и выбор человеком способов представления себя как личности другим людям с целью произвести на них желаемое впечатление.

Изучая процесс самомониторинга, многие ученые отмечают его сложность и тонкость. К примеру, указывается, что большинство людей, представляя себя другим, стремятся к тому, чтобы окружающие люди воспринимали их как способных и в то же время как честных и скромных. Указывается также на то, что процедуры представления себя для других людей существенно зависят от культуры. Так, например, в Китае и Японии в практике самопрезентации личности ценятся скромность и самоограничение. В Японии детей с первых лет жизни учат принимать на себя ответственность за неудачи и разделять с другими людьми ответственность за личные успехи. В западных странах (США и некоторых европейских), напротив, детей приучают к тому, чтобы, не стесняясь, гордиться собой, выставлять свои успехи напоказ, приписывать успехи себе, а неудачи списывать за счет внешних обстоятельств.

Кроме описанных выше аспектов личности, выделяемых и изучаемых в социальной психологии, в ней сложилась и своя типология личностей, также отражающая взгляд на личность именно социальных психологов. В рамках этой типологии называются следующие типы личностей: авторитарная, базовая, маргинальная, личность типа А, личность типа Б и некоторые другие.

Понятие «авторитарная личность» характеризует человека, который желает и активно стремится к созданию авторитарной социальной системы, а также того, кто требует послушания, строгой субординации во взаимоотношениях людей и призывает к поклонению авторитетам. Данное понятие, однако, не относится к людям, которые уже находятся у власти и по своей должности или социальному положению вынуждены в какие-то моменты времени вести себя авторитарно.

Понятие «базовая личность» представляет собой этнопсихологическую характеристику человека, выявляющую основной тип личности, формируемый культурой того или иного народа (этноса). Базовая личность в этом ее понимании — это совокупность психологических свойств, которая делает человека максимально восприимчивым к освоению соответствующей культуры и порождает у него состояние удовлетворенности порядками, существующими в рамках данной культуры.

Маргинальной личностью называют человека, который по своей психологии и особенностям поведения находится как бы между несколькими разными, несовместимыми или трудно совместимыми друг с другом культурами, но полностью не принадлежит ни к одной из них. В его личности, соответственно, причудливым и противоречивым образом сочетаются свойства и признаки, относящиеся к людям различных культур.

Маргинальными личностями нередко становятся, например, те люди, которые долгое время жили в одной культуре (стране), а затем на значительную часть жизни переселились в другую страну, культура которой существенно отличается от культуры прежней страны пребывания. Маргинальная личность сталкивается с необходимостью выбора одной из двух разделяемых ею культур и не представляет себе, какой из них нужно следовать. Эта сложная социально-психологическая ситуация нередко порождает у человека неприятные переживания, внутренние противоречия и конфликты.

Личностью типа А называют такую личность, чей характер отличается чрезмерной активностью, стремлением к соревнованию, к конкуренции с другими людьми, нереальным чувством хода времени, неадекватными амбициями, отсутствием склонности к критическому самоанализу, тенденцией ориентироваться на количество, а не на качество выполненной работы и потребностью во внешнем контроле поведения.

Личность типа Б обозначается как личность, чей характер, напротив, отличается легким и поверхностным подходом к жизни. В центре внимания такой личности находится качество, а не количество проделанной работы. У нее отсутствует склонность к конкуренции, к соревнованию с людьми, а также тенденция к самоанализу, самоконтролю или рефлексии.

Много внимания в последней четверти XX века социальные психологи уделили изучению того, что получило название «локус контроля» (это понятие было введено Ю. Роттером). Лocus контроля рассматривается как устойчивая личностная особенность человека, проявляющаяся в том, где он ищет и находит объяснение поведению людей: в них самих или вне их, в окружающей обстановке.

По характеру локуса контроля людей как личностей делят на два типа: интерналов и экстерналов. Интерналами называют людей, у которых преобладает внутренний locus контроля, а экстерналами — тех, у кого доминирует внешний locus контроля. Интерналы обычно берут ответственность за совершенные ими действия и поступки на себя, а экстерналы возлагают ответственность на других людей и на сложившиеся, не зависящие от них обстоятельства.

По мнению Ю. Роттера, locus контроля как устойчивая черта личности формируется в детстве на базе того, как значимые для ребенка люди: родители, учителя, воспитатели — обращаются с ним. Родители, обладающие внутренним locus контроля, чаще стараются помогать своим детям, последовательны в предъявляемых им требованиях, не являются авторитарными в обращении с ними. Родители

с внешним локусом контроля обычно ведут себя противоположным образом. В результате у ребенка складывается тот локус контроля, который характерен для его родителей и их стиля общения с ребенком.

Социальные установки

Одной из основных социально-психологических характеристик личности являются ее социальные установки. Социальная установка (*social attitude* — англ.) определяется как устойчивое отношение человека к людям, социальным группам, организациям, процессам и событиям, происходящим в обществе.

Если в связи с другими аспектами личности возникают определенные сомнения по поводу того, являются ли они собственно социально-психологическими, то по отношению к социальным установкам такого вопроса не возникает. Все специалисты сходятся во мнении, что изучение социальных установок представляет собой именно социально-психологический подход к пониманию личности.

Несмотря на существование единого определения социальной установки как устойчивого отношения человека к социальным событиям, объектам и фактам, термин «социальная установка» имеет в психологии несколько различных, отличающихся своими особенностями значений. В своем исходном, первоначальном значении термин *attitude*, от которого и произошло название социальной установки, на русский язык переводится словами «пригодность» или «соответствие». Следовательно, под социальной установкой первоначально понималась готовность человека к решению какой-либо задачи.

Объектами социальной установки (или тем, к чему она как внутреннее устойчивое состояние человека относится) могут быть сам человек, окружающие его люди, группы людей, социальные процессы и события, предметы материальной или духовной культуры и т. п. Так называемая социальная установка выступает как важный элемент социально-психологической характеристики личности, как способ объяснения ее поведения в обществе.

В процессе дальнейшего употребления термина «социальная установка» его значение изменилось. В социальной психологии под социальной установкой стали понимать устойчивое отношение человека или группы людей к кому-либо или к чему-либо. Внимательное изучение социальной установки показало, что она представляет собой сложное явление, которое не только можно отнести к разряду психических состояний, но и рассматривать как психологическое свойство личности. Как состояние, социальная установка выражает собой готовность

человека к определенным социальным действиям, а как свойство — внутренне характеризует человека как личность.

В 1942 году М. Смит предложил и описал трехкомпонентную структуру социальной установки, выделив в ней когнитивный, аффективный (эмоциональный) и поведенческий компоненты.

Когнитивный компонент социальной установки включает в себя знания человека об объекте, к которому относится его социальная установка. Аффективный компонент содержит эмоции, переживаемые человеком в связи с данным объектом. Наконец, поведенческий компонент социальной установки включает в себя реальные (действительно совершаемые человеком) или потенциальные (те, которые он готов совершить) действия в отношении соответствующего объекта.

В структуре одной и той же социальной установки названные выше компоненты могут быть как согласованными, так и рассогласованными. Согласованными называют такие социальные установки, в которых их составляющие не противоречат друг другу. Например, согласованной будет считаться такая социальная установка, которая содержит позитивные знания, благоприятное эмоциональное отношение и положительные действия в отношении объекта установки. Несогласованной, или рассогласованной, будет считаться социальная установка, в которой, например, отрицательная информация об объекте сочетается с положительным к нему отношением и нейтральными действиями в отношении его.

Согласованная социальная установка по отношению к человеку вызывает последовательные (непротиворечивые), положительные или отрицательные действия по отношению к нему. Рассогласованная социальная установка, напротив, порождает противоречивое отношение, амбивалентные чувства и непоследовательные (противоречивые) действия по отношению к человеку.

Считается, что исследования социальных установок в социальной психологии прошли через три этапа. Первый этап относится к началу XX века (первые три десятилетия), когда было введено в научный оборот понятие социальной установки и ученые приступили как к теоретическим, так и к экспериментальным исследованиям социальных установок¹.

¹ Введение понятия «социальная установка» в научный оборот связывается с работой американских социологов У. Томаса и Ф. Знанецкого «Польский крестьянин в Европе и Америке», опубликованной в 1918 году. В этой работе было показано, что изменения в психологии и поведении польских крестьян после их иммиграции в США касались именно их отношений к тому, что происходит в обществе. Эти отношения и были названы социальными установками. Уже к 1935 году только в американской научной литературе насчитывалось около 20 различных определений социальных установок.

Эти исследования были стимулированы применением еще в годы Первой мировой войны средств так называемой «психологической войны», то есть пропаганды и агитации для оказания психологического воздействия на противника и на население воюющих друг с другом стран. Эти воздействия были направлены на формирование и изменение социальных установок противника.

В годы, предшествовавшие началу Второй мировой войны, и в первые годы после ее завершения соответствующие исследования практически не проводились (были свернуты). С конца 50-х годов (второй этап) они возобновились и не прекращаются до сих пор.

Если до начала последней четверти XX века социальные установки были в основном предметом научного изучения или же касались только пропаганды и агитации, то сейчас социальными установками интересуются во многих прикладных областях социальной психологии, например в тех, которые связаны с рекламой. Такое применение научных знаний о социальных установках представляет третий, современный, этап их исследования.

В ходе изучения социальных установок были выделены и описаны три основные функции, которые они выполняют в обществе.

1. *Познавательная.* Данная функция проявляется в том, что установки (если они верные) позволяют человеку оперативно получать знания о социальных объектах до того, как эти объекты будут познаны. Познавательная функция социальной установки реализуется через ее когнитивную составляющую.
2. *Выразительная.* Эта функция проявляется в том, что социальные установки представляют человека как личность в его отношениях к людям и к обществу в целом. Данная функция в основном реализуется через эмоциональный компонент социальной установки.
3. *Приспособительная.* Эта функция состоит в том, что социальные установки, если они соответствуют реальному состоянию общества (социальной группы) и существующим в нем отношениям, позволяют индивиду адаптироваться в соответствующем обществе (в данной социальной группе). Соответствующая функция социальной установки реализуется в основном через ее поведенческий компонент.

Значительный вклад в исследования процесса формирования и изменения социальных установок внес американский ученый К. Ховланд. Он показал, что на социальные установки людей оказывают влияние три группы факторов, связанные соответственно с источником информации, направленной на изменение социальных установок, содержанием информации и аудиторией, которой эта информация адресована.

От источника информации формирование и изменение социальных установок может зависеть следующим образом.

1. При положительном отношении людей к источнику информации их социальные установки изменяются больше, чем при нейтральном отношении.
2. При отрицательном отношении к источнику информации социальные установки людей могут измениться противоположным ожидаемому образом (эффект бумеранга).
3. Если источник информации воспринимается людьми как свой (между ним и людьми не существует социально-психологической дистанции или она сравнительно небольшая), то такой источник в состоянии оказать большее влияние на социальные установки людей.
4. Тот источник информации, который людьми воспринимается как чужой (между ним и людьми существует большая социально-психологическая дистанция), не способен оказать существенного воздействия на их социальные установки.

От содержания и порядка поступления информации процесс формирования и изменения социальных установок людей может зависеть следующим образом.

1. Та информация, которая поступает к людям первой по порядку, способна больше повлиять на социальные установки, чем информация, воспринимаемая второй или следующей по порядку (соответствующее явление получило название «эффект первичности»). Это происходит при следующих условиях:
 - а) люди получают соответствующую информацию непрерывным потоком;
 - б) она поступает к ним в течение времени, когда у людей начинает наблюдаться физическая и психологическая усталость от ее восприятия (отключение внимания, утрата интереса к ней и т. п.).
2. Информация, которая поступает к людям второй или следующей по порядку, больше воздействует на социальные установки при таких обстоятельствах:
 - а) ее люди получают частями, с большими интервалами времени между ними;
 - б) эта информация поступает к людям в течение очень длительного времени, и они в конце концов забывают то, что услышали вначале.
3. Если до получения информации людям дается аргументированное предупреждение о том, что ей нельзя доверять, или если воздействующую информацию они получают заранее, хоть и в небольшом

объеме (явление прививки), то люди становятся уже невосприимчивыми к соответствующей информации, когда она поступает к ним в полном объеме, и не изменяют свои социальные установки.

4. Если предупреждение о недоверии к источнику информации запаздывает и люди его получают уже в то время, когда процесс восприятия информации начался или закончился, то такое предупреждение уже никак не влияет на формирование и изменение социальных установок.
5. В большинстве случаев сложная и противоречивая информация хуже влияет на социальные установки, чем простая и непротиворечивая. Например, если людям представляются две разные точки зрения по одному и тому же вопросу, в которых непосвященному человеку трудно разобраться, то они, скорее всего, не изменят свои социальные установки в ответ на данную информацию. Если же людям предлагается только одна простая и ясная точка зрения, а вторая просто не упоминается, то они, скорее всего, примут предлагаемую им точку зрения, несмотря на то что знают о существовании прямо противоположной ей.

От особенностей аудитории восприятие и оценка информации (формирование и изменение социальных установок) может зависеть следующим образом.

1. Люди, заранее положительно настроенные по отношению к источнику информации, примут его точку зрения даже в том случае, если она недостаточно логична, непоследовательна и слабо аргументирована.
2. Люди, заранее настроенные по отношению к источнику информации отрицательно, скорее всего, не примут его точку зрения даже в том случае, если она убедительна, последовательна и логична.
3. Люди, имеющие высокий уровень интеллекта, образования и культуры, больше реагируют на разумные доводы, чем на эмоции.
4. Люди с низким уровнем интеллекта, образования и культуры, напротив, с большей готовностью реагируют на эмоции, чем на разумные доводы.

Социализация

Социализация в ее широком понимании определяется как процесс и результат усвоения человеком социального опыта. Это также приобщение людей к достижениям человеческой цивилизации, усвоение и воспроизводство людьми человеческой культуры. В результате социализации люди становятся образованными и культурными, с социально-психологической точки зрения — личностями, приобретают свойства, знания,

способности, умения и навыки, характерные для современного человека и необходимые ему для нормальной жизни в обществе.

В более узком, специальном смысле слова под социализацией может пониматься следующее.

1. Процесс и результат освоения отдельно взятым человеком доступного и необходимого ему социального опыта, превращение человека в полноценного члена общества или какой-либо социальной группы. К социализации в этом понимании относится, например, освоение человеком норм права, морали, культуры человеческих отношений, правил поведения в обществе, различных видов человеческой деятельности и форм общения с людьми, разнообразных социальных ролей и многого другого.
2. В промышленной и организационной психологии социализация — это процесс, посредством которого новый член соответствующей организации адаптируется к нормам и ролям в данной организации.

Понятие социализации введено в научный оборот и используется главным образом в социологии и социальной психологии. То, что здесь понимается под социализацией, близко к тому, что в общей психологии и психологии развития трактуется как формирование личности, а в педагогике и педагогической психологии — воспитание человека как личности. Вместе с тем, как подчеркивает Г. М. Андреева, социализация имеет свою специфику по сравнению с формированием, воспитанием и общим развитием личности.

В специальном, узком смысле слова, характерном для социологии и социальной психологии, социализация представляет собой процесс вхождения индивида в социальную среду, его становление как личности через социальные влияния, а также приобщение индивида к системе социальных связей и отношений — словом, превращение человека из биологического существа в полноценного члена общества, в личность, хорошо адаптированную к нему.

Социализация происходит в результате взаимодействия человека с другими людьми в разнообразных социальных группах. Следовательно, это двухсторонний процесс, включающий в себя усвоение индивидом в этих группах социального опыта и, свою очередь, обогащение этого опыта за счет собственной социальной активности — общения и деятельности в этих группах. Так называемый процесс социализации начинается фактически с первых дней существования человека и непрерывно продолжается в течение всей его жизни.

В социальной психологии традиционно выделяются три сферы, в которых реализуется процесс социализации. Это — деятельность, общение и самопознание.

В плане деятельности социализация означает включение человека в различные виды социальной деятельности и их освоение. Данный аспект социализации хорошо представлен в теории деятельности А. Н. Леонтьева, особенно в его работе «Деятельность. Сознание. Личность».

С точки зрения общения социализация представляет собой формирование компетентности в общении или развитие коммуникативных способностей человека, позволяющих ему хорошо понимать людей и умело взаимодействовать с ними. Важная сторона этой области социализации — включение человека в различные социальные группы.

Самопознание как аспект социализации — это становление образа «Я» человека, или его Я-концепции.

Наряду с описанными выше сферами (асpekтами или сторонами) социализации выделяются и обсуждаются ее стадии. Данный вопрос пересекается с периодизацией психического развития человека, представленной в возрастной психологии. Выделение стадий социализации человека в социальной психологии происходит, однако, на других основаниях, чем определение периодов развития в психологии развития. Возрастная периодизация развития опирается на внутреннюю характеристику личности или на межличностные отношения, но не всегда принимает в расчет отношения человека с обществом или социальными группами. Периодизация социализации, напротив, делает акцент именно на социальных аспектах отношений человека с людьми и обществом.

Несомненно, что главными периодами жизни, в которых происходит социализация человека, являются детство, отрочество и юность. Здесь периодизация возрастного развития в основном совпадает с периодами социализации. Последние неплохо представлены и описаны в концепции периодизации развития человека как личности, предложенной Д. И. Фельдштейном. Что касается периодов социализации взрослого человека (этот процесс, по признанию большинства ученых, активно продолжается и за пределами детства или юности), то в их выделении и понимании среди ученых нет единства.

Один из подходов к решению данного вопроса заключается в том, чтобы выделить основные сферы в жизни общества и в соответствии с ними рассмотреть процесс освоения человеком тех видов деятельности, через которые он включается в данные социальные сферы. Таковыми сферами могут быть, например, семейно-бытовая, трудовая, политическая, правовая и другие.

Соответственно в каждой из них можно выделить определенные этапы социализации личности. К примеру, в трудовой деятельности можно выделить следующие стадии: дотрудовую, трудовую и послетрудовую, если иметь в виду включение человека в трудовую деятель-

ность, его участие в ней и уход на пенсию. Правда, в современных условиях послетрудовая стадия выделяется весьма условно, так как многим людям, достигшим пенсионного возраста, по материальным и другим соображениям приходится продолжать работать в каких-либо учреждениях или организациях. Кроме того, труд пенсионера дома или в быту продолжается и, как правило, является не менее активным, чем в социальных учреждениях.

Стадии политической социализации могут включать в себя начальную стадию политической жизни после получения права участия в выборах в органы власти, продолжение политической жизни в той или иной форме (например, работа в выборных или иных политических органах) и прекращение активного участия в политической жизни, отход от нее в связи с уходом на пенсию или по каким-либо другим причинам.

Особенность социологического и социально-психологического понимания социализации заключается в том, что, кроме процесса и стадий (периодов) социализации, здесь выделяются и рассматриваются институты социализации, то есть те социальные учреждения и структуры, которые обеспечивают полноценную социализацию индивида или его адаптацию в обществе.

Важнейшим институтом социализации является семья. Ее значение особенно велико на ранних стадиях социализации, однако и позднее семья продолжает играть существенную роль в процессе социализации.

Вторым по степени значимости социализирующим институтом является система образования.

На третьем месте по своему социализирующему влиянию находятся средства массовой информации.

Если говорить о профессиональном, или трудовом, аспекте социализации, то здесь решающую роль играют те организации и учреждения, в которых человек работает. Нельзя сбрасывать со счетов социализирующее влияние и таких институтов, как учреждения, представляющие культуру.

Для определенной части населения, которая принимает участие в их деятельности, социализирующими институтами могут стать армия, другие силовые структуры, спортивные учреждения и организации. Можно выделить общие для всех индивидов институты социализации (большинство из них было названо выше) и специальные институты, в жизни и деятельности которых принимают участие не все члены общества (некоторые из них также были указаны выше).

Одной из немногих теорий, представляющих и описывающих в социальной психологии процесс социализации, является социально-когнитивная теория А. Бандуры. В данной теории подчеркивается способность

человека научиться путем наблюдения за поведением других людей и подражания им. При этом обучающийся человек имеет дело с когнитивными процессами или способностями, которые наряду со стимулами (подкреплениями) оказывают влияние на процесс его научения.

К когнитивным процессам или способностям в данном случае относятся прогнозирование, ожидание, оценивание и представление. Они — эти процессы — опосредствуют связи между поведением человека и социальными подкреплениями его действий. Этим социально-когнитивная теория отличается от теории модификации поведения, разработанной другим представителем необихевиоризма — Б. Скиннером. Согласно социально-когнитивной теории общество задает определенные модели поведения, на основе которых человек обучается. Эти модели в основном представляются людям через средства массовой информации: печать, радио, телевидение, телефон и Интернет.

А. Бандура установил, что большинство людей выбирает в качестве объектов для подражания людей своего пола и примерно такого же возраста, как они сами. Главное, по его мнению, заключается в том, что объектами подражания становятся для многих такие люди, которые успешнее, чем они сами, решают характерные для них проблемы. Кроме того, люди чаще подражают тем, кто занимает более высокое положение, и тем, с кем данный человек непосредственно контактирует. Дети, как правило, сначала подражают взрослым, а затем, взрослея, своим сверстникам, чье поведение приводит к достижению желанных целей.

Каузальная атрибуция

Каузальной атрибуцией называется стремление людей найти объяснение тому, что происходит с ними и вокруг них. Такие объяснения необходимы людям по разным причинам.

1. Когда человеку непонятно то, что происходит с ним и вокруг него, он в состоянии управлять происходящим и по мере возможности избегать неприятных последствий, непредвиденных событий как для себя самого, так и для близких ему людей.
2. Человек в этом случае избавляется от чувства тревоги, связанного с непониманием происходящего.
3. Понимание происходящего позволяет человеку вести себя разумно в сложившейся ситуации, выбирать рациональный способ действий.

По указанным причинам человек ищет и находит для себя хотя бы какое-то объяснение происходящему. Даже если это объяснение в ко-

нечном счете окажется неверным, оно тем не менее сможет позволить человеку решить хотя бы одну из обозначенных выше задач, например временно успокоиться и получить возможность решать возникшую проблему в спокойной обстановке на разумной основе.

Один из вариантов теории каузальной атрибуции был предложен американским ученым Ф. Фидлером. В ней утверждается, что восприятие одним человеком поведения других людей в значительной степени зависит от того, в чем этот человек усматривает причины поведения воспринимаемых им людей.

Предполагается, что существует два основных вида каузальной атрибуции: интернальная (внутренняя) и экстернальная (внешняя). Интернальная каузальная атрибуция — это приписывание причин поведения собственным психологическим свойствам и особенностям человека, а экстернальная каузальная атрибуция — приписывание причин поведения человека внешним, не зависящим от него обстоятельствам. Человек, для которого характерна интернальная каузальная атрибуция, воспринимая поведение других людей, видит его причины в их собственной психологии, а тот, кому свойственна экстернальная каузальная атрибуция, усматривает эти причины в окружающей обстановке. Возможна также и комбинированная, интернально-экстернальная атрибуция.

Современная атрибутивная теория — это более широкое понятие, чем каузальная атрибуция. Она описывает и объясняет всевозможные атрибутивные процессы, то есть процессы приписывания чего-либо чему-либо или кому-либо, например определенных свойств — некоторому объекту.

Общая атрибутивная теория исходит из представления Ф. Хайдера об атрибуции. Эта теория предполагает следующий порядок событий.

1. Человек наблюдает за тем, как кто-то другой ведет себя в определенной социальной ситуации.
2. Из результатов своего наблюдения человек делает вывод об индивидуальных целях и намерениях наблюдаемого им человека на основе восприятия и оценки его действий.
3. Человек приписывает наблюдаемому определенные психологические свойства, объясняющие отмеченное поведение.

Находя или объясняя причины тех или иных событий, люди руководствуются определенными правилами, делают в соответствии с ними умозаключения и нередко совершают ошибки.

Ф. Хайдер, автор другой известной теории каузальной атрибуции (наряду с Фидлером), пришел к выводу о том, что всевозможные

объяснения людей разделяются на два варианта: объяснения с ориентацией на внутренние, психологические или субъективные причины, и объяснения, в которых преобладают ссылки на внешние, не зависящие от людей обстоятельства.

Еще один специалист по теории и феноменологии каузальной атрибуции, Г. Келли, выделяет три основных фактора, которые влияют на выбор человеком способа внутреннего или внешнего объяснения происходящего. Это — постоянство поведения, его зависимость от ситуации и сходство поведения данного человека с поведением других людей.

Постоянство поведения означает последовательность действий человека в одной и той же ситуации. Зависимость поведения от ситуации включает представление о том, что в различных ситуациях люди ведут себя по-разному. Сходство поведения человека с поведением других людей предполагает, что тот человек, чье поведение объясняется, ведет себя так же, как ведут себя другие люди.

Выбор в пользу внутреннего или внешнего объяснения поведения, по Келли, производится следующим образом:

- если человек делает вывод о том, что данный индивид в одной и той же ситуации ведет себя одинаковым образом, то этот человек приписывает его поведение влиянию ситуации;
- если в результате наблюдения за поведением другого индивида человек приходит к выводу о том, что в одной и той же ситуации поведение наблюдаемого меняется, то он объясняет такое поведение внутренними причинами;
- если наблюдатель констатирует, что в разных ситуациях оцениваемый им человек ведет себя по-разному, то он склоняется к выводу о том, что поведение данного человека зависит от ситуации;
- если наблюдатель видит, что в разных ситуациях поведение наблюдаемого им человека остается одним и тем же, то это является основанием для вывода о зависимости такого поведения от самого человека;
- в случае, когда обнаруживается, что разные люди в одной и той же ситуации ведут себя одинаково, делается вывод в пользу преимущественного влияния ситуации на поведение;
- если наблюдатель обнаруживает, что разные люди в одной и той же ситуации ведут себя по-разному, то это служит основанием для приписывания такого поведения индивидуальным особенностям людей.

Установлено, что, объясняя или оценивая поведение других людей, мы склонны недооценивать влияние ситуации и переоценивать воз-

действие личностных особенностей человека. Данное явление получило название фундаментальной ошибки атрибуции. Эта ошибка проявляется не всегда, а только тогда, когда вероятность приписывания причины внешним или внутренним обстоятельствам является примерно одинаковой. Если исходить из описанной выше концепции Келли, то можно констатировать, что чаще всего фундаментальная ошибка атрибуции будет проявляться в условиях, когда человек, объясняющий поведение, не может принять определенного решения относительно того, в какой степени оно постоянно, зависит ли от ситуации и сходно ли с поведением других людей.

В причинно-следственном объяснении собственного поведения и поведения других людей человек поступает по-разному. Точно так же по-разному человек объясняет и поведение тех людей, которые ему нравятся или не нравятся. Здесь действуют свои закономерности, которые, в частности, могут проявляться в следующем:

- если человек совершил хороший поступок, то он склонен объяснять его собственными достоинствами, а не влиянием ситуации;
- если совершенный человеком поступок плох, то он, напротив, больше склонен объяснять его воздействием ситуации, а не собственными недостатками.

Когда человеку приходится давать объяснение действиям других людей, то он, как правило, поступает следующим образом.

1. В случае если хороший поступок совершил человек, который данному индивиду несимпатичен, такой поступок объясняется влиянием ситуации, а не личными достоинствами того человека, который его совершил.
2. Если хороший поступок совершил человек, который данному индивиду симпатичен, то он будет склонен объяснять его собственными достоинствами совершившего поступок человека.
3. Если плохой поступок совершен тем человеком, который данному индивиду антипатичен, то он объясняется личными недостатками совершившего его человека.
4. Если же плохой поступок совершен человеком, который оценивающему его индивиду симпатичен, то в данном случае соответствующий поступок объясняется со ссылками на сложившуюся ситуацию, а не на недостатки совершившего его человека.

Еще одна распространенная ошибка каузальной атрибуции заключается в том, что человек, объясняя причины чего-либо, ищет и находит их именно там, где он их искал. Имеется в виду тот факт, что если человек определенным образом настроен, то этот настрой неизбежно проявится в том, каким образом он будет объяснять происходящее.

К примеру, если, наблюдая за поведением человека, мы изначально настроены его оправдать, то обязательно найдем соответствующие оправдания; если же мы с самого начала настроены то же самое поведение осудить, то непременно осудим его.

Характерным образом это проявляется, например, в судопроизводстве, которое с давних времен ориентировано на наличие и исключение субъективности в человеческих суждениях и оценках. Прокурор, однако, всегда настроен против подсудимого. Он соответственно ищет и находит аргументы, направленные на то, чтобы его осудить. Защитник, наоборот, изначально настроен в пользу подсудимого, и он соответственно всегда ищет и находит веские аргументы для того, чтобы этого же подсудимого оправдать. С психологической точки зрения эта практика представляет интерес потому, что в установках и действиях прокурора и защитника отчетливо проявляют описанные выше ошибки каузальной атрибуции.

? Контрольные вопросы

1. Чем изучение личности в социальной психологии отличается от ее исследования в социологии и общей психологии?
2. Что такое Я-концепция?
3. Что называют самооэффективностью личности?
4. Каким образом социальные установки представляют личность?
5. Что такое ценности личности?
6. Что интересует социальных психологов при изучении норм морали?
7. Что представляют собой социальное поведение и его формы?
8. Что называют мотивами и мотивацией социального поведения?
9. Что такое локус контроля?
10. Что представляет собой личностный аспект каузальной атрибуции?
11. В чем выражается самопрезентация личности?
12. Что такое самоуничижение и самовосхваление как социально-психологические аспекты феноменологии личности?
13. Что называют самомониторингом?
14. Какую личность обозначают как авторитарную?
15. Что такое базовая личность?
16. Какую личность в социальной психологии называют маргинальной?
17. Что представляет собой личность типа А?
18. Как характеризуется личность типа Б?
19. Кого называют интерналом и экстерналом?
20. Что такое социальная установка в ее современном понимании?

21. Что представляют собой исторически существовавшие определения социальных установок?
22. Что содержит в себе когнитивный компонент социальной установки?
23. Что такое эмоциональный компонент социальной установки?
24. Каким является поведенческий компонент социальной установки?
25. Каковы возможные соотношения разных компонентов социальной установки?
26. Что представляют собой три этапа исследования социальных установок?
27. Чем был вызван в свое время повышенный интерес к изучению социальных установок?
28. Каковы основные функции социальных установок?
29. Что представляют собой познавательная, выразительная и приспособительная функции социальных установок?
30. Каков вклад К. Ховланда в исследование социальных установок?
31. Как зависит влияние информации на социальные установки людей от восприятия ими источника информации?
32. Как влияет на социальные установки людей содержание и порядок передачи информации?
33. Как зависит формирование и изменение социальных установок людей от особенностей аудитории, которой информация адресована?
34. Что такое социализация?
35. Что представляют собой широкое и узкое понимание социализации?
36. Как определяются три основные сферы социализации: деятельность, общение и самопознание личности?
37. Что называют стадиями социализации?
38. Чем стадии социализации отличаются от периодизации возрастного развития человека?
39. Что представляют собой различные подходы к определению стадий социализации?
40. Каковы основные стадии трудовой и политической социализации человека?
41. В чем заключается разница между социологическим и социально-психологическим представлением о социализации?
42. Что понимают под институтами социализации?
43. Каковы основные положения социально-когнитивной теории социализации А. Бандуры?
44. Что такое каузальная атрибуция?
45. По каким причинам люди ищут объяснение происходящих с ними и вокруг них событий?
46. Кто ввел понятие каузальной атрибуции?
47. Что такое интернальная (внутренняя) каузальная атрибуция?

48. Что представляет собой экстернальная (внешняя) каузальная атрибуция?
49. Чем отличается общая атрибутивная теория от теории каузальной атрибуции?
50. Какие факторы определяют внешнюю или внутреннюю каузальную атрибуцию?
51. Каким образом человек выбирает внешнее или внутреннее объяснение поведения?
52. Что такое фундаментальная ошибка атрибуции?
53. Чем отличается причинное объяснение людьми своего и чужого поведения?
54. В чем проявляются различия в объяснении человеческого поведения тех людей, которые ему нравятся и не нравятся?



Литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология. — М., 2006. — С. 256–293.
2. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. — СПб., 2004. — С. 149–250.
3. Белинская Е. П., Тихомандрицкая О. А. Социальная психология личности. — М., 2001. — С. 7–62, 136–260.
4. Глейтман Г., Фридлунд А., Райсберг Д. Основы психологии. — СПб., 2001. — С. 655–714.
5. Журавлев А. Л. Психология совместной деятельности. — М., 2005. — С. 415–559.
6. Коростылева А. А. Психология самореализации личности: брачно-семейные отношения. — СПб., 2000. — С. 7–123.
7. Лютова С. Н. Социальная психология личности (теория и практика). — М., 2002. — С. 5–11.
8. Майерс Д. Социальная психология. — СПб., 1997. — С. 6–195, 434–483.
9. Мясищев В. Н. Психология отношений. — М.; Воронеж, 1995. — С. 5–169.
10. Социальная психология / Под ред. А. Н. Сухова, А. А. Деркача. — М., 2002. — С. 24–62.
11. Социальная психология личности / Под ред. В. А. Лабунской. — М., 1999. — С. 14–58, 129–257, 288–339.
12. Фернхем А., Хейвен А. Личность и социальное поведение. — СПб., 2001. — С. 15–67, 346–349.
13. Шибутани Т. Социальная психология. — Ростов-на-Дону, 2002. — С. 153–272, 396–509.

Глава 12

Влияние группы на личность



Краткое содержание

Социальная фасилитация и ингибция. Определение феноменов социальной фасилитации и социальной ингибции. Частота проявлений того и другого явления в группе. Возможные объяснения эффектов социальной фасилитации и ингибции. Психофизиологическое объяснение этих феноменов Р. Зайонцом. Объяснение этих же феноменов посредством закона Йеркса-Додсона. Зависимость проявления феноменов от силы психологического давления, оказываемого группой на индивида. Градация величин психологического давления, оказываемого группой на человека.

Деиндивидуализация личности. Особенности поведения человека в толпе, по Г. Лебону. Феномен деиндивидуализации. Понятие деиндивидуализированной личности. Общность психики и поведения деиндивидуализированных личностей с психикой и поведением людей с измененными состояниями сознания. Деиндивидуализация как явление, характерное не только для толпы, но и для любой социальной группы.

Коллективизация мышления и феномен групповой поляризации. Определение феномена коллективизации мышления. Социально-психологические проявления коллективизации мышления: иллюзия неуязвимости, излишний оптимизм, безусловная вера в моральную справедливость принимаемых группой решений, рационализация, стереотипизация, конформизм, самоцензура, иллюзия единомыслия, групповая психологическая самозащита. Феномены, связанные с коллективизацией мышления: снижение общего (группового) интеллекта, наличие «образа врага», демонстрация стереотипных, в основном негативных взглядов на «врага», давление со стороны большинства, внешний контроль мышления и поведения членов группы. Социальные условия возникновения и проявления коллективизации мышления. Предупреждение и устранение негативных последствий коллективизации мышления. Феномен групповой поляризации, его общая характеристика. Объяснения групповой поляризации. Информационная теория групповой поляризации. Нормативная теория групповой поляризации.

Дискриминация, предрассудки и социальные стереотипы. Дискриминация как социально-психологическое явление. Определение пред-

рассудков, их характерные проявления в психологии и поведении людей. Отличие предрассудков от предубеждений. Понятие социального стереотипа. Отличие социальных стереотипов от предубеждений и предрассудков. Влияние различий в социальном статусе людей на их предубеждения. Зависимость предрассудков от религиозной веры. Неоднозначность решения вопроса о том, поддерживает современная религия предрассудки или борется с ними. Связь внутригруппового фаворитизма с предрассудками и предубеждениями. Ложно понятый патриотизм как источник предубеждений и предрассудков. Связь предрассудков с индивидуалистической и коллективистической культурой. Социальные нормы и предрассудки. Проявление предрассудков в социальном поведении людей. Условия влияния предрассудков на отношения и социальное поведение людей. Общество рыночной экономики, конкурентная борьба и предрассудки. Личность и предрассудки. Авторитаризм и предрассудки. Социальная стереотипизация как когнитивно-психологическое явление. Когнитивные предпосылки социальных стереотипов, предубеждений и предрассудков. Категоризация мышления как условие стереотипизации. Социально-психологические факторы возникновения и проявления социальных стереотипов. Эффект групповой гомогенности и социальная стереотипизация. Имплиcitная теория личности и социальные стереотипы. Социально-психологическая дистанция между людьми и ее влияние на социальные стереотипы. Фундаментальная ошибка атрибуции и ее вклад в социальную стереотипизацию.

Конформизм. Определение конформизма как социально-психологического явления. Классический эксперимент С. Аша по изучению конформизма. Социально-психологические вопросы, возникающие в связи с феноменом конформизма, и вероятные ответы на них. Условия проявления конформизма. Зависимость конформизма от сложности задачи, решаемой человеком. Конформизм и уверенность человека в себе. Величина группы и конформизм. Зависимость человека от социальной группы и конформное поведение по отношению к ней. Референтность группы и конформизм. Поддержка человека другими членами группы и конформизм. Положение, занимаемое человеком в группе, и конформизм. Сплоченность группы и конформизм. Гендерные различия в проявлениях конформизма. Индивидуальные особенности человека и конформизм. Культура и конформизм.

Положительное воздействие группы на индивида. Двойственность (положительность и отрицательность) воздействий, оказываемых группой на индивида. Группа как источник культуры для индивида. Передача позитивных социальных норм и ценностных ориентаций через отношения между людьми, складывающиеся в группах. Освоение индивидом в группе коммуникативных умений и навыков. Получение информации человеком в группе, которая позволяет ему правильно воспринимать и оценивать себя. Обеспечение группой индивида положительными эмоциональными подкреплениями, необходимыми для его развития. Предоставление в груп-

пе человеку возможности приобщения к знаниям, накопленным людьми. Обучение на основе наблюдения за членами группы и подражания им. Освоение человеком социального опыта через общение с участниками различных социальных групп. Группа как основной источник речевого развития индивида. Положительная роль высокоразвитой группы в становлении личности.

Отрицательное влияние группы на личность. Сравнительное влияние больших и малых социальных групп на индивида. Причины переключения внимания ученых с больших социальных групп на малые. Деиндивидуализация (обезличивание) как основное отрицательное следствие воздействия большой социальной группы на личность. Причины и последствия деиндивидуализации. Эксперимент С. Милгрэма как пример тех влияний, которые люди, представляющие различные социальные группы, могут оказывать на человека. Процедура и результаты этого эксперимента. Различные объяснения испытуемыми своего поведения в соответствующей экспериментальной ситуации. Попадание в ловушку. Этикет ситуации. Смягчающие вину обстоятельства. Надзор. Авторитет и прикрывающая сверху идеология. Ожидаемое (предполагаемое) и действительное (реальное) поведение испытуемых в эксперименте Милгрэма. Комментарии и выводы, сделанные самим ученым по итогам проведенного им эксперимента. Факты, полученные в экспериментах В. М. Бехтерева и свидетельствующие об отрицательном влиянии группы на личность.

Группа и личность в социальной структуре общества выступают как самостоятельные субъекты тех или иных социальных действий. Поэтому можно рассматривать и анализировать их взаимодействие друг другом, а также взаимоотношения, складывающиеся между личностью и группой. Эти взаимодействия и взаимоотношения можно представить по аналогии с взаимодействиями и взаимоотношениями других социальных субъектов, например отдельных личностей или отдельных социальных групп. Однако такой анализ вносит немного нового в понимание того, что нам уже известно и обсуждалось в предыдущих главах учебника (речь идет о взаимодействиях и взаимоотношениях индивидов или аналогичных отношениях между отдельными социальными группами).

В процессе взаимодействия личности и группы возникают особого рода феномены, например эффекты социальной фасилитации или ингибиции, деиндивидуализация личности, коллективизация мышления, предубеждения и предрассудки, конформизм, групповая поляризация и другие. В данной главе мы представим и обсудим эти и некоторые другие феномены, связанные с взаимодействием и влиянием группы на личность и личности на группу.

Социальная фасилитация и ингибиция

Эффект социальной фасилитации — явление, в соответствии с которым в присутствии других людей активность человека повышается и он лучше справляется с заданием в сравнении с ситуацией, когда он находится один. Эффектом социальной ингибиции называется явление, которое выражается в торможении активности человека в присутствии других людей. При этом условии он хуже справляется с выполняемой работой, чем тогда, когда он трудится наедине с собой. По своей сути эти явления противоположны друг другу, но тем не менее могут в одинаковой степени проявляться у людей. Еще на рубеже XIX и XX веков Н. Трипплет и Ф. Олпорт доказали существование и того и другого эффектов и примерно подсчитали, какому количеству людей они свойственны. Оказалось, что около 40 % людей проявляют эффект социальной фасилитации, примерно 20 % людей свойственен эффект социальной ингибиции и оставшиеся 40 % людей никак не реагируют на присутствие группы во время их работы, не улучшая и не ухудшая свои показатели.

Объяснения эффектов социальной фасилитации и ингибиции могут быть разными. Одно из них предложил американский социальный психолог Р. Зайонц. Его объяснение носит психофизиологический характер и апеллирует к понятию доминирующей реакции. Суть этого

объяснения заключается в следующем. Усиление общего уровня возбуждения человека в присутствии других людей прежде всего влияет на доминирующую реакцию. Если этой реакцией является активизация, то наблюдается эффект социальной фасилитации; если же в качестве такой реакции выступает торможение, то следствием будет эффект социальной ингибиции.

Можно, однако, и по-другому объяснить эти феномены, вспомнив известный из общей психологии закон Йеркса-Додсона. Согласно этому закону, для каждого человека существует оптимум эмоционального возбуждения, обеспечивающий максимальный уровень активности. При приближении к этому оптимуму активность усиливается, а при удалении от него — уменьшается. В связи с этим можно предположить, что у людей, проявляющих эффект социальной фасилитации, повышение уровня эмоционального возбуждения приближает его к оптимуму, а у людей, демонстрирующих эффект социально ингибиции, напротив, усиление общего уровня эмоционального возбуждения приводит его к отклонению от оптимума.

Дальнейшие исследования эффектов социальной фасилитации и ингибиции привели ученых к выводу о том, что их проявление зависит от силы психологического давления на данного человека, которую в данной ситуации оказывают на него присутствующие люди. Внимательно изучая этот вопрос, ученые пришли к необходимости дифференцировать подобные ситуации по величине потенциального психологического давления, оказываемого на человека. В итоге были выделены и описаны шесть различных ситуаций «присутствия» других людей и соответственно оказания психологического влияния на человека. Эти ситуации представляются следующими.

1. Человек находится совершенно один. Вокруг него в данный момент времени нет других людей, и сам он полностью уверен в том, что то, чем он сейчас занимается, никогда и ни при каких условиях не станет известно другим людям (ситуация фактического отсутствия других и, следовательно, эффектов социальной фасилитации или социальной ингибиции).
2. Человек находится один, и в данный момент времени рядом с ним никого нет. Однако он сам полностью не уверен в том, что то, чем он сейчас занимается, не станет когда-либо известно другим людям (ситуация минимально выраженного присутствия других и, следовательно, очень слабого проявления эффектов социальной фасилитации или социальной ингибиции).
3. Человек находится в окружении незнакомых ему людей, которые на него не обращают никакого внимания (ситуация слабого

присутствия других и, следовательно, очень слабого проявления эффектов социальной фасилитации или социальной ингибиции).

4. Человек находится в окружении знакомых людей, которые обращают на него внимание, но не оценивают его, и сам человек от этих людей практически не зависит (ситуация «среднего» присутствия других и соответственно среднего проявления эффектов социальной фасилитации или социальной ингибиции).
5. Человек окружен людьми, которые оценивают его, и от предлагаемых ими оценок в какой-то мере зависит судьба данного человека (ситуация сильно выраженного присутствия других и, следовательно, заметного проявления эффектов социальной фасилитации или социальной ингибиции).
6. Человек что-то делает публично, в окружении людей, от которых он полностью зависит, и эти люди оценивают его и определяют его дальнейшую судьбу (ситуация очень сильно выраженного присутствия других и соответственно очень сильного проявления эффектов социальной фасилитации или социальной ингибиции).

Анализ вышесказанного показывает, что эффекты социальной фасилитации или социальной ингибиции нельзя рассматривать в отвлечении от изучения социальных ситуаций, в которых они проявляются.

Деиндивидуализация личности

Ряд явлений, касающихся взаимодействия личности и группы, возникает в больших социальных группах. На эти явления ученые обратили внимание еще в начале XX века. Исследователей в это время интересовали социально-психологические явления, связанные с толпой и касающиеся воздействия ее на психологию находящихся в ней людей. Одним из первых к решению этой задачи приступил французский ученый Г. Лебон. Он отмечает следующие особенности поведения человека в толпе.

1. Становясь частью толпы, человек приобретает сознание своей силы, умноженной на силы других участников толпы, перестает ограничивать (обуздывать) свои инстинкты, вследствие чего повышается уровень его импульсивной активности.
2. Иррациональность человека, вырвавшаяся на свободу, заставляет его в данный момент времени больше жить своими чувствами, а не прислушиваться к доводам разума. Следовательно, в толпе повышается уровень его эмоциональности и одновременно с этим снижается уровень критичности в оценках собственного поведения и поступков других людей.

3. Возрастает восприимчивость человека к внушению, и усиливается его подверженность «заражению». Человек становится готовым принести свои личные интересы в жертву интересам толпы и отказаться от собственной воли.
4. Закономерным следствием всего этого становится снижение уровня индивидуальной ответственности и фактическая передача этой функции лидеру толпы.

Деиндивидуализация, по мнению Лебона, является следствием оказания массой, толпой людей сильного психологического давления на человека, невольно ставшего участником событий, в которые оказалась вовлеченной толпа. Деиндивидуализация проявляется в снижении уровня разумности поведения человека, в утрате им самоконтроля, в преобладании эмоций над разумом, в импульсивности его поведения, в понижении степени ответственности за свои действия и поступки, совершенные вместе с другими участниками массы, толпы.

Вслед за Г. Лебоном изучением психологии толпы и масс людей занялись другие ученые. В центре их внимания оказалось еще одно явление, связанное с влиянием толпы (массы людей) на человека, получившее название «деиндивидуализация» («деперсонализация»). Она определяется как временная утрата человеком тех психологических свойств, которые характеризуют его как уникальную, своеобразную личность. При этом в психологии и поведении человека сохраняются те черты, которые являются общими с окружающими его в толпе людьми.

Одновременно с понятием «деиндивидуализация» («деперсонализация») в научный оборот вошло словосочетание «деиндивидуализированные личности», с помощью которого стали обозначать людей, которые мало чем отличаются по своей психологии и поведению от окружающих и о них как о личностях почти ничего конкретного сказать нельзя. Так называемые деиндивидуализированные личности более расторможенны, менее склонны сдерживать себя в своих реакциях на окружающие события и в своем социальном поведении, меньше контролируют себя и меньше, чем другие люди, задумываются о последствиях своих действий и поступков. Основной причиной этого, по мнению ученых, является то, что на таких людей окружающие почти не обращают внимания, а если происходит какое-либо событие, то ответственность за него в минимальной степени приписывается именно таким личностям.

Психологические явления и поведенческие реакции, характерные для деиндивидуализации (и деиндивидуализированных личностей), очень сходны с теми, которые наблюдаются у людей под влиянием сильно действующих психотропных веществ, например алкоголя или

наркотиков. Отсюда можно сделать вывод о том, что деиндивидуализация возникает и проявляется в условиях, порождающих измененные состояния сознания человека.

Ф. Зимбардо высказал предположение, что деиндивидуализация как явление может проявляться в любой большой социальной группе, а не только в той, которая называется толпой. В частности, феномен деиндивидуализации может характеризовать поведение человека в большом городе, в любом массовом скоплении людей, которое, строго говоря, нельзя назвать толпой в том ее понимании, которое сложилось еще в начале XX века.

Коллективизация мышления и феномен групповой поляризации

Явлением, противоположным групповой поляризации, представляется феномен коллективизации мышления. Он проявляется в том, что члены некоторой социальной группы, стремясь добиться группового согласия, сохранить групповую сплоченность, сознательно выбирают такие решения, которых придерживаются все или большинство членов данной группы. При этом они не обращают внимания на правильность или объективность данного решения, так как главное для них — во что бы то ни стало прийти к общему согласию и сделать это как можно быстрее.

С явлением коллективизации мышления, с процессом его возникновения и сохранения связана следующая типичная симптоматика¹.

1. Иллюзия неуязвимости и излишний оптимизм. Это проявляется в том, что свою группу ее члены считают непогрешимой и свято верят в правильность всех принимаемых ею решений.
2. Безусловная вера в моральную справедливость принимаемых решений. Это связано с убежденностью членов данной группы в том, что они в принципе не могут поступать аморально.
3. Рационализация. Это явление проявляется в том, что любые решения, принимаемые группой, впоследствии находят какие-либо разумные оправдания, даже если они по существу оказались неправильными. Практически рационализация проявляется в том, что люди, принявшие или поддерживающие данное решение, приводят в его защиту только положительные аргументы, игнорируя все недостатки или замечания, высказываемые другими людьми в адрес этого решения.

¹ Janis I. L. Groupthink: Psychological studies of policy decision and fiascoes. — N.Y., 1992.

4. **Стереотипизация.** Данный феномен проявляется в том, что всякое другое решение, отличающееся от того, которое приняла группа, заведомо и безоговорочно рассматривается как неправильное. Более того, тех людей, которые придерживаются другого мнения, рассматривают как вредителей или врагов и всеми способами стараются их дискредитировать или избавиться от них (исключить из состава своей группы).
5. **Конформизм.** Этот феномен проявляется в том, что члены группы, которые не имеют в ней авторитета или власти, конформно ведут себя по отношению к тем, кто обладает авторитетом и наделен властью в данной группе. Поэтому безвластные и неавторитетные члены группы сознательно или бессознательно придерживаются коллективного мнения с расчетом на то, чтобы не противопоставлять себя другим членам группы, в особенности влиятельным, и не вызывать на себя гнев с их стороны. Эта тенденция усугубляется тем, что авторами принимаемых групповых решений часто являются как раз самые авторитетные и наиболее влиятельные ее участники.
6. **Самоцензура.** По разным причинам многие члены группы могут быть заинтересованы в том, чтобы не противопоставлять себя другим членам группы, не обострять отношения с ними. Поэтому они сознательно и тщательно следят за тем, что они сами говорят и как себя ведут. Соответственно они будут стремиться к тому, чтобы не выставить себя, не отличаться в своих мнениях от остальных членов группы.
7. **Иллюзия единомыслия.** Членам группы доставляет удовольствие тот факт, что все они думают одинаково. Для того чтобы не нарушить эту иллюзию единомыслия, сохранить благоприятный психологический климат в группе, они начинают вести себя соответствующим образом: не высказывают мнения, отличающегося от мнения других членов группы, или оказывают сопротивление всем тенденциям, разобщающим группу.
8. **Групповая психологическая самозащита.** Этот феномен проявляется в том, что некоторые члены группы сознательно или бессознательно защищают ее от неприятной информации, например от разного рода моральных или этических переживаний по поводу принимаемых группой решений.

Для группового единомыслия (коллективизации мышления), кроме того, характерно следующее:

- снижение общего (группового) интеллекта, то есть среднего уровня разумности принимаемых группой решений, по сравнению с теми решениями, которые способны принять отдельные, наиболее интеллектуально развитые члены группы;
- наличие «образа врага» группы и стереотипных, в основном негативных, взглядов на него;

- давление со стороны большинства, принуждающее отдельных членов группы вести себя конформно;
- внешний контроль мышления других членов группы, побуждающий их одинаково думать.

Коллективизация мышления нередко приводит к принятию и реализации ущербных решений. Этот феномен обычно сопровождается следующими типичными недостатками в принятии групповых решений:

- при обсуждении в группе различных проблем не рассматриваются все возможные, альтернативные их решения, принимается и главным образом обсуждается только то решение, которое предлагает лидер;
- возражения отдельных членов группы против предлагаемого единого группового решения большинством членов группы не принимаются во внимание;
- принимаемое группой решение не анализируется и не оценивается с точки зрения его возможных недостатков;
- информация, связанная с принимаемым решением, представляется и рассматривается односторонне и предвзято;
- заранее не разрабатывается план действий на тот случай, если принятое групповое решение окажется неудачным или его не удастся выполнить.

Феномен коллективизации мышления нередко наблюдается в обществах и социальных группах, основанных на авторитарной системе, а также в группах людей, наделенных при данной системе реальной властью, особенно если эти люди не были избраны с помощью процедуры свободных выборов, зависимы от власти или назначены ею.

Кроме того, замечено, что склонность к коллективизации мышления иногда демонстрируют и люди, получившие власть демократическим путем в результате выборов. Став избранными, они невольно начинают думать о себе как о непогрешимых, превозносить себя над другими, рассматривать себя как наделенных особыми полномочиями. Если, кроме того, они пользуются поддержкой со стороны масс людей и если массы одобряют их действия, то такие люди со временем начинают считать себя непогрешимыми. Так было, например, во времена Сталина в бывшем Советском Союзе, когда все решения в стране принимались или им самим, или окружающей его небольшой группой избранных и зависящих лично от него людей.

Ученые, изучавшие феномен коллективизации мышления, исследовали и обсуждали также вопрос о том, как предотвратить данное нежелательное явление. Они пришли к следующим выводам, которые

касаются действий, препятствующих возникновению коллективизации мышления и его отрицательных социально-психологических последствий.

1. Члены группы должны знать, что такое коллективизация мышления, и сознательно стремиться ее избегать.
2. В обсуждении разнообразных вопросов они должны стараться занимать беспристрастную и непредвзятую позицию.
3. К обсуждаемой проблеме и к предлагаемым ее решениям необходимо подходить критически.
4. В группе должны поощряться возражения и сомнения в правильности предлагаемых и принимаемых группой решений.
5. Некоторые члены группы обязательно должны исполнять в ней не роль генераторов идей, а роль арбитров¹.
6. В процессе групповой дискуссии желательно разделять группу на подгруппы и каждой такой подгруппе предлагать выработать собственное решение по обсуждаемому вопросу.
7. Целесообразно обращаться к независимым экспертам, которые не входят в состав данной группы, не зависят от ее участников или лидера и в состоянии объективно оценить принимаемые данной группой решения.
8. Предлагать вырабатывать решения по одному и тому же вопросу нескольким независимым друг от друга группам, чтобы иметь возможность затем сопоставить полученные ими выводы.

В социальной психологии открыто и описано явление, в каком-то отношении противоположное коллективизации мышления. Это — феномен групповой поляризации.

Групповой поляризацией называется явление, в соответствии с которым групповое взаимодействие или групповая дискуссия приводят не к психологическому сближению членов группы или принятию единого решения, а, напротив, к расхождению или размежеванию мнений и разделению группы на две противостоящие друг другу половины. Иными словами, данный феномен проявляется в том, что в результате взаимодействия членов группы их разногласия не устраняются, а обостряются или усиливаются. Это, в частности, может проявляться в разделении группы на две противоборствующие группировки. Так понимаемая групповая поляризация зачастую порождает трудноразрешимые противоречия и конфликты между членами соответствующей группы.

¹ В связи с этим высказывается мнение о том, что проведение групповой дискуссии по технике брейнсторминга может способствовать исключению феномена коллективизации мышления.

Феномен групповой поляризации впервые был открыт и описан французским социальным психологом С. Московичи (1969). Существование данного феномена впоследствии подтвердили десятки экспериментов.

В ходе исследований явления групповой поляризации были предложены несколько вероятных его объяснений. Наиболее популярными из них стали две теории, объясняющие данный феномен. Первая из теорий, объясняющих явление групповой поляризации, носит название информационной, вторая обозначается как нормативная.

Информационная теория объясняет феномен групповой поляризации следующим образом. Во время групповой дискуссии члены группы обмениваются друг с другом разнообразной информацией. Из этой информации они выбирают прежде всего то, что соответствует уже сложившимся у них убеждениям. В результате их убеждения усиливаются, и если они изначально были несогласованными, то рассогласование между ними увеличивается.

Нормативная теория предполагает, что члены группы, обсуждая какой-либо дискуссионный вопрос, в своих суждениях и мнениях стараются соответствовать тем, с кем они в данной группе себя идентифицируют. Иными словами, стремясь к одобрению со стороны «своих», они в собственных суждениях и мнениях целенаправленно и сознательно подчеркивают изначально имеющиеся разногласия и стараются усилить их. «Желая понравиться другим, мы можем начать выражать более жесткие мнения, когда обнаруживаем, что другие разделяют наши взгляды»¹.

Дискриминация, предрассудки и социальные стереотипы

Дискриминацией называют негативные социальные действия, предпринимаемые в отношении определенных людей или представителей социальных групп другими людьми или группами. Дискриминация может проявляться в ограничении прав соответствующих людей, в наложении на них дополнительных обязанностей, в неоправданно частых наказаниях или незаслуженно редких поощрениях соответствующих людей и в других подобных действиях. Дискриминации нередко подвергаются национальные меньшинства (национализм, фашизм), люди с другим цветом кожи (расизм), люди, придерживающиеся иной

¹ Майерс Д. Социальная психология. — СПб., 1997. — С. 381.

веры (дискриминация по религиозному признаку), индивиды, ведущие необычный образ жизни, имеющие нетрадиционную сексуальную ориентацию, и т. п. Наличие социальной дискриминации обычно свидетельствует о низком уровне развития соответствующего общества и составляющих его людей, об их невысокой культуре.

Предрассудки — это необоснованно отрицательное отношение, устойчивая социальная установка человека или групп людей по отношению к другим людям или социальным группам. Предрассудок — это прежде всего когнитивное образование или то, что относится к сфере знаний, размышлений, рассуждений, убеждений о соответствующем объекте. На это указывает вторая составляющая термина — «рассудок». Что касается его первой составляющей, то она свидетельствует о том, что у человека, имеющего предрассудки, заранее существует вполне определенная, в данном случае — негативная, система знаний и представлений, исходя из которой он подходит к общению и взаимодействию с соответствующим объектом, не ставя перед собой задачу узнать его как следует. Предрассудок предполагает уверенность человека в том, что он хорошо знает соответствующий объект, что его знания, безусловно, являются правильными. Предрассудки — это вынесение суждения о ком-либо или чем-либо без предварительного размышления или последующего обоснования данного суждения.

Предрассудки — это примерно то же самое, что и предубеждения. Разница между ними заключается лишь в том, что предубеждения — это предварительно сформированные или уже имеющиеся убеждения, а предрассудки — это когнитивные установки, исходя из которых человек рассуждает о соответствующем объекте, оценивает его. Предубеждения, кроме того, не предполагают определенных действий человека в отношении соответствующего объекта, в то время как предрассудки не только предполагают, но и реально управляют соответствующими действиями.

Как устойчивая социальная установка предрассудок характеризуется отрицательными знаниями об объекте, исключительно негативными эмоциями, которые вызывает соответствующий объект, готовностью действовать в его отношении недружелюбно или враждебно. Человеку, находящемуся под влиянием предрассудка, всегда не нравится определенная категория людей, как правило тех, кто не похож на него или на представителей той социальной группы, к которой принадлежит он сам.

Социальный стереотип — это одновременно и когнитивное, и поведенческое образование. Он включает так называемое стереотипное, негибкое мышление и стереотипные (негибкие, автоматизированные)

практические действия. Стереотип, кроме того, представляет собой неоправданное обобщение и значительное упрощение реальности. Примеры стереотипов: «кавказцы — плохие», «русские — хорошие», «богатые — воры, грабители», «бедные — порядочные люди».

Стереотипы, в отличие от предубеждений и предрассудков, не всегда являются исключительно отрицательными. Социальные установки, входящие в их состав, могут более или менее правильно отражать реальную действительность и особенности тех или иных групп людей. Однако и в этом случае социальные стереотипы нельзя воспринимать и оценивать как положительное явление, так как они выступают как негибкие и, следовательно, не полностью соответствующие той реальности, которую они отражают.

Социально-психологическую почву для предрассудков создает неравный социальный статус людей. Занимая разное положение в обществе, люди формируют определенные предубеждения относительно тех, кто им не равен по статусу. Многие хозяева, к примеру, считают своих рабочих ленивыми и безответственными. Предрассудки позволяют людям, незаслуженно имеющим высокий социальный статус в обществе, оправдывать свое социальное превосходство. Такими предрассудками нередко характеризуются те, кто обладает богатством и властью.

Иногда социально-психологической почвой для возникновения, существования и распространения предрассудков становится религия. У верующих нередко наблюдается больше разнообразных предрассудков, чем у неверующих, особенно если их вера принадлежит к разряду религий, где традиционно и давно культивируется неприязнь и нетерпимость к иноверцам. В свое время такое отношение к иноверцам распространяли, например, представители христианской католической религии, оправдывая тем самым свои крестовые походы. Некоторые ученые высказывают предположение, что, возможно, и сами предрассудки являются причиной обращения людей к религии, основанием создания и утверждения таких религиозных идей, которые поддерживали бы соответствующие предрассудки. Однако вопрос о связи предрассудков с религиозной верой является тем не менее до конца не решенным, поскольку, во-первых, опытным путем не подтверждается тезис о том, что среди верующих больше людей, имеющих предрассудки, чем среди неверующих, во-вторых, в современном мире существуют такие религиозные учения — и их большинство, — которые, напротив, призывают к терпимости и одинаковому уважению ко всем без исключения людям, как верующим, так и неверующим, как к тем, кто придерживается данной веры, так и к тем, кто следует другим религиозным учениям. Очевидно, что односторонние обобщения в данном

случае неуместны, что влияние религии на предрассудки появляется только в тех вероучениях, которые проповедует исключительную верность своего учения и избранность тех, кто его придерживается. По известному выражению американского психолога Г. Оллпорта, «роль религии парадоксальна: она создает предрассудки и сама же борется против них; она их порождает и одновременно уничтожает».

Предрассудки связаны также с известным социально-психологическим явлением, которое носит название «внутригрупповой фаворитизм». Напомним, что этот феномен проявляется в том, что человек, принадлежащий к определенной социальной группе, выделяет ее (в положительном смысле) среди других социальных групп и во всех случаях выбора отдает безусловное предпочтение членам своей социальной группы. Так, например, члены семьи в первую очередь заботятся о своих родственниках, а потом уже о членах других семей. Если им предстоит сделать выбор в своих предпочтениях или при распределении какого-либо блага (привилегии), то они в первую очередь сделают это для своих родных, а затем уже для чужих людей. То есть свои рассматриваются ими как более достойные и в большей степени заслуживающие поддержки, чем чужие.

Человек, пришедший к власти, также прежде всего старается поделиться полученными привилегиями со своими, окружает себя близкими ему людьми. Так поступали люди всегда, везде и во все времена, так действует власть и в наши дни. Внутригрупповой фаворитизм характерен для многих существующих в современном обществе социальных групп и организаций, и поэтому межгрупповые предубеждения и предрассудки, связанные с данным явлением, трудноустранимы.

Стереотипное мышление и поведение в отношении других людей проявляются в тех случаях, когда люди остро ощущают свою социальную принадлежность, единство со своей социальной группой и ее отличие от чужих социальных групп. Доказано, что исключительная приверженность людей к собственной нации, стране, религии, культуре и т. п. — всему тому, что можно назвать ложно (неадекватно) понимаемым патриотизмом, нередко предрасполагает человека недооценивать людей, живущих в иной стране, относящихся к другой национальности, придерживающихся иной веры и т. д.

Парадоксально, но факт: современная демократия, основанная на так называемой индивидуалистической культуре, в большей степени способствует распространению внутригруппового фаворитизма, чем общества, принадлежащие к культуре коллективистической. К примеру, в бывшем Советском Союзе, который, безусловно, представлял собой разновидность именно коллективистической культуры, внутригрупповой

фаворитизм был распространен в меньшей степени, чем в современной России, отношения в которой стали строиться на основе культуры индивидуалистической.

Интересные данные были получены в исследованиях, где изучалась связь, существующая между приверженностью социальным нормам и предрассудками. Оказалось, что люди, которые не придерживаются социальных норм, в меньшей степени страдают предрассудками, чем те, кто строго придерживается установленных норм. К примеру, в фашистской Германии законопослушность немцев вполне сочеталась с тем, что они разделяли фашистскую идеологию. Примерно то же самое можно сказать о сталинском режиме в бывшем Советском Союзе. Здесь мы встречаемся с некоторого рода социальным парадоксом. С одной стороны, социальные нормы и следование им со стороны людей необходимы для самосохранения и стабилизации общества, с другой стороны, это же создает почву для распространения и укрепления предрассудков, в частности такого: те, кто придерживается установленных норм, — хорошие люди, а те, кто их нарушает, — плохие люди.

Заметим, что существование предрассудков и их проявление в реальном поведении людей — разные вещи. Для того чтобы имеющиеся предрассудки проявились в социальном поведении и породили острые социальные конфликты, необходим ряд условий. Одним из таких условий является наличие или отсутствие социальной напряженности в обществе. Если ситуация в обществе относительно спокойная, то существующие в нем предрассудки проявляются в реальных отношениях людей в минимальной степени. Если же ситуация обостряется, то и предрассудки начинают проявляться в большей степени. Второе условие — наличие или отсутствие конкуренции между социальными группами. При обострении конкуренции создается благоприятная почва для проявления предрассудков. «Предрассудки с особой силой дают о себе знать тогда, когда группы состязаются за дефицитные ресурсы»¹.

Отсюда следует, что общество, к построению которого в свое время в России стремились оказавшиеся у власти вместе с Б. Н. Ельциным экономисты, с социально-психологической точки зрения является далеко не лучшим: оно умножает и усиливает, а не ослабляет предрассудки. Об этом свидетельствует социально-психологическая обстановка, сложившаяся в современной России.

До сих пор мы обсуждали в основном социальные или социально-психологические причины предрассудков. Однако в научной и учебной литературе содержатся указания на то, что в качестве предпосы-

¹ Майерс Д. Социальная психология. — СПб., 1997. — С. 460.

лок существования предрассудков может выступать и личность человека, в частности такое его качество, как авторитарность. Многие ученые полагают, что у авторитарной личности имеются склонности, способствующие формированию предрассудков, например стремление к власти. Оно внутренне поддерживается убеждением авторитарной личности в собственном превосходстве над другими людьми и уверенностью в том, что ими нужно руководить, что их необходимо постоянно контролировать. Авторитарные личности обычно являются этноцентрическими, то есть особо выделяют ту расу, нацию или этнос, к которым сами же принадлежат.

Авторитарным личностям присущи такие тенденции, как нетерпимость к слабым, установка на наказания за малейшие нарушения порядка, безусловное почитание авторитетов и власти. Они смиренно относятся к наказаниям «сверху» и действуют точно так же по отношению к тем, кто находится «снизу». У таких людей чувство морального превосходства над теми, кого они считают ниже себя, может сочетаться с жестокостью по отношению к ним.

В связи с развитием когнитивной психологии во второй половине XX века ученые обратились к изучению когнитивных предпосылок социальных стереотипов, предубеждений и предрассудков. Сторонники когнитивной психологии считают, что стереотипные убеждения и установки, связанные с предрассудками, существуют не только потому, что они порождаются социальными условиями (так в основном думают социологи и социальные психологи), но и законами мышления как такового: оно само обладает такими особенностями, которые способствуют возникновению и поддержанию предрассудков. В этом смысле многие предрассудки похожи на иллюзии восприятия и также являются побочным продуктом соответствующего когнитивного процесса, в данном случае — мышления. В когнитивной психологии, косвенно связанной с социальными предубеждениями и предрассудками, удалось обнаружить немало интересного.

Одним из когнитивных феноменов, который, по-видимому, способствует возникновению предрассудков, является категоризация, то есть стремление мышления людей к обобщениям и подведению многих вещей под единое понятие — категорию. Считается, что классификация людей по типам и отнесение их к определенной категории облегчает понимание соответствующих людей. В процессе категоризации индивидуальные особенности людей, не позволяющие их отнести к той или иной категории, игнорируются, не принимаются в расчет; напротив, то, что объединяет людей, подчеркивается и выводится на первый план. Вариантом подобной категоризации является то, что называют

социальным стереотипом. Показано, что социальная стереотипизация или категоризация чаще всего происходят в следующих случаях:

- когда у человека имеется дефицит времени для познания окружающих людей;
- когда он чрезвычайно занят другими делами;
- когда он устал;
- когда он эмоционально возбужден.

Все это характерно для многих людей, живущих в современном мире, который создает благоприятную почву для возникновения стереотипного, категориального мышления.

Кроме категоризации мышления, существует тенденция видеть объекты, объединенные в группу путем категоризации, более единообразными, чем они есть на самом деле. Если, к примеру, людей объединили в группу по какому-либо одному признаку, то проявляется склонность видеть в них единство и по другим признакам — таким, которые на самом деле у них не оценивались. Само деление людей на группы может породить то, что социальные психологи называют эффектом внутригрупповой гомогенности, который представляет собой ощущение того, что люди, принадлежащие к определенной социальной группе, кажутся более похожими друг на друга, чем на самом деле. В результате действия такого когнитивного эффекта люди, принадлежащие к разным группам, могут отличаться друг от друга в большей степени, чем люди, находящиеся внутри этих групп.

Еще одним когнитивным феноменом, способным повлиять на социальные стереотипы, является известная в психологии восприятия и понимания людьми друг друга имплицитная теория личности. Она сама по себе задает ограниченный, стереотипный взгляд на людей, так как вполне определенным и однозначным способом связывает между собой внешность, психологию и поведение человека, то есть приписывает людям с теми или иными внешними особенностями вполне определенные психологические свойства. На самом деле столь однозначной зависимости между внешностью и психологией человека не существует.

Многие психологи отмечают, что плохое или хорошее настроение человека может соответственно усиливать или ослаблять видение в другом человеке тех или иных особенностей. Например, находясь в хорошем состоянии духа, люди склонны замечать положительное в окружающих; пребывая в плохом настроении — отрицательное. Это в свое время хорошо подметил известный российский актер А. Райкин в одной из своих интермедий. Находясь в хорошем настроении, он напевал: «А кругом идут прохожие, все на ангелов похожие». Однако когда у ак-

тера по исполняемой им роли менялось настроение, то и содержание куплета претерпевало соответствующие изменения. Теперь вокруг шли прохожие, «все на дьяволов похожие».

Еще одно явление из области когнитивной психологии, весьма похожее на соответствующий феномен из области зрительного восприятия, может оказывать влияние на социальные стереотипы. Если, например, мы рассматриваем некоторый объект с большого расстояния, то на его поверхности можем не различать многие детали: с большого расстояния он нам кажется более однородным, чем есть на самом деле. Однако если тот же объект мы будем рассматривать с близкого расстояния, то почти наверняка заметим в нем многие детали, не воспринимаемые издали, и, следовательно, сделаем вывод о том, что данный объект неоднородный.

Точно так же мы воспринимаем и людей, входящих в свою и чужую группу. К своим мы ближе, и их мы знаем лучше, чем чужих, поэтому между своими усматриваем значительные индивидуальные различия. Чужих людей мы, напротив, знаем хуже, они находятся от нас на большей социально-психологической дистанции и поэтому кажутся более похожими друг на друга, чем свои. Отсюда — возможность формирования социальных стереотипов в отношении других людей и их отсутствия по отношению к своим людям. К примеру, являясь россиянами и хорошо зная своих соотечественников, мы их четко различаем даже по внешности. Однако нам намного труднее различать по той же внешности, например, жителей зарубежного Дальнего Востока: китайцев, вьетнамцев или японцев, поскольку их мы знаем намного хуже.

Свой вклад в формирование социальных стереотипов вносит и фундаментальная ошибка атрибуции, согласно которой мы, наблюдая за поведением людей, склонны искать его причины в их психологии, а не в не зависящих от них обстоятельствах. Все описанные в одной из предыдущих глав феномены, связанные с явлением каузальной атрибуции, также имеют отношение и к формированию и сохранению стереотипного мышления, и наличие этих феноменов следует рассматривать как когнитивную предпосылку (составляющую) социальной стереотипизации.

Конформизм

Конформизмом называется осознанное социальное поведение человека, при котором он, находясь под психологическим воздействием (давлением) со стороны других людей и имея собственное мнение по какому-либо вопросу, открыто его не заявляет и не отстаивает, а по

соображениям личной выгоды принимает мнение тех, кто оказывает на него воздействие (тех людей, от которых в данный момент времени зависит).

Первым из социальных психологов провел экспериментальное исследование конформизма американский ученый, ученик и последователь К. Левина, С. Аш. Его эксперимент на эту тему заключался в следующем. В научной лаборатории была собрана группа из 10 человек, в которой настоящим испытуемым являлся только один, а остальные были подставными лицами (с ними тайно от настоящего испытуемого экспериментатор договаривался о том, как они будут вести себя во время эксперимента).

Эксперимент состоял из трех серий. В первой серии эксперимента испытуемому в отдельности от группы показывалось изображение трех линий, представленных на рис. 3.

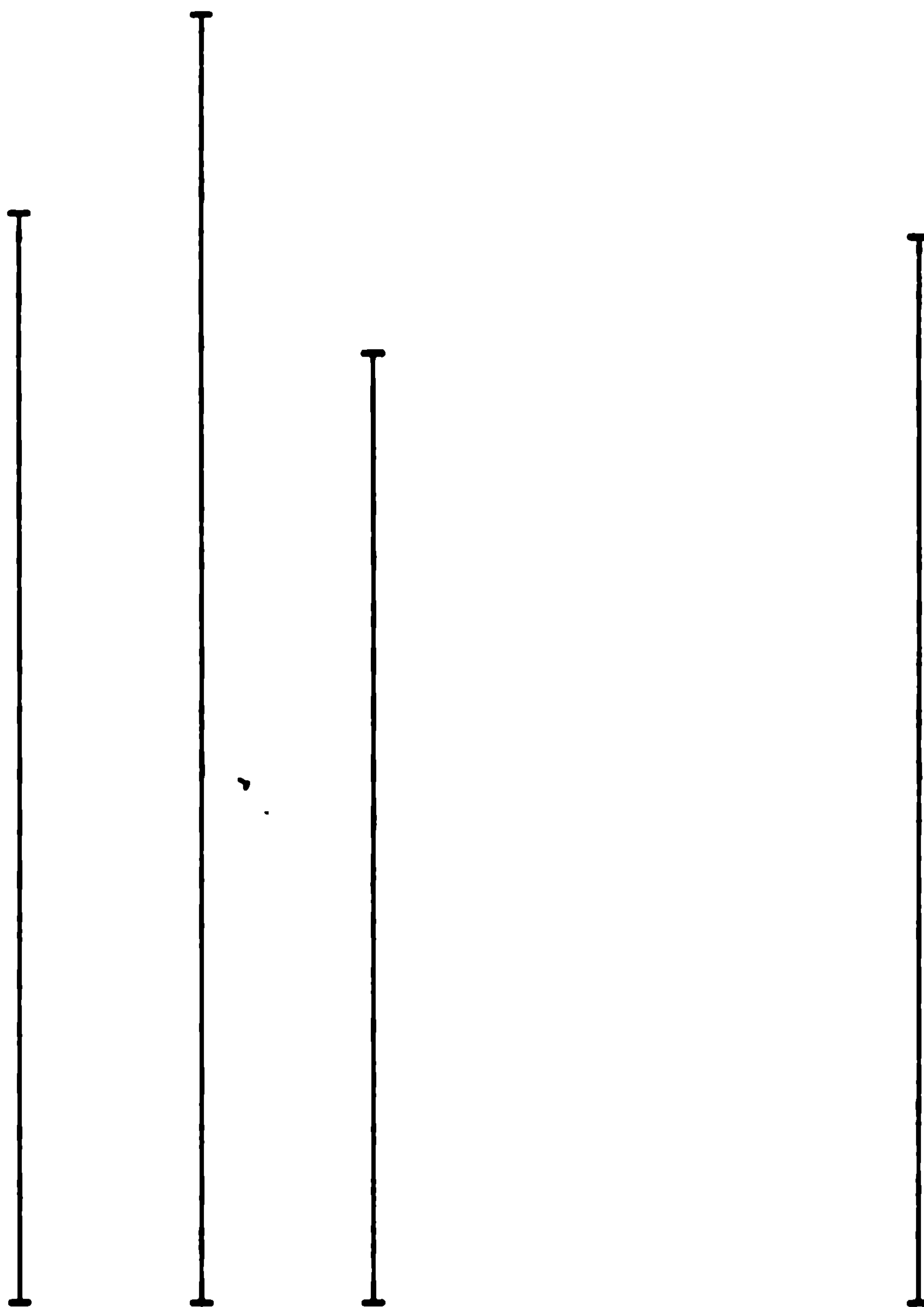


Рис. 3. Линии, использованные в эксперименте С. Аша

Все линии, изображенные слева, были разной длины, а одна линия, представленная справа, равнялась одной из трех, представленных слева. Сами линии четко различались по длине — так, как это показано на рисунке.

Испытуемого, опрашиваемого вне группы, один на один с экспериментатором, просили ответить на простой вопрос: какой из трех линий, представленных слева, равна по длине одиночная линия, изображенная справа. В этой серии опыта все 100 % испытуемых соответственно давали правильные ответы.

Во второй серии эксперимента вся группа (один испытуемый с девятью подставными лицами) собиралась вместе и рассаживалась вокруг большого овального стола. Экспериментатор, сославшись на объективную необходимость повторить первую часть опыта, задавал членам группы тот же самый вопрос о сравнении длины линий. Члены группы давали ответы на него в порядке очереди, но таким образом, чтобы последним в группе отвечал настоящий испытуемый.

Со всеми подставными лицами экспериментатор заранее договаривался о том, что они в группе будут давать один и тот же, неправильный, ответ. Таким образом, настоящий испытуемый во второй серии опыта оказывался перед единодушным и неверным ответом на вопрос, на который он раньше, в первой серии опыта, уже дал правильный ответ. Подставная группа, таким образом, оказывала на него в эксперименте психологическое давление, требующее отказаться от своего первоначального и правильного мнения. В заключение — третья серия опыта — еще раз повторялась его первая часть, то есть каждый испытуемый в третий раз, но уже в отсутствие подставной группы и наедине с экспериментатором отвечал на тот же самый вопрос.

Результаты данного эксперимента оказались следующими. В первой и третьей частях опыта все без исключения испытуемые на вопрос экспериментатора давали правильные ответы. Однако во второй серии под влиянием группового давления многие из них (около 30 %) отказались от своего правильного мнения и приняли неверное мнение группы. Этот феномен С. Аш и назвал конформизмом.

Дальнейшие исследования конформизма обнаружили следующее.

1. Если задача, решаемая человеком, или вопрос, на который ему необходимо было отвечать в присутствии группы, оказывались сложными, то число конформно ведущих себя людей значительно возрастало (ими оказывалось абсолютное большинство членов группы).
2. Если членов группы, испытывавших на себе групповое давление, поддерживал хотя бы еще один член группы, то число конформно ведущих себя людей, напротив, существенно уменьшалось.

Классические эксперименты по конформизму отвечают на одни, но порождают другие, не менее сложные вопросы. Среди них следующие.

- Почему люди проявляют конформизм?
- Почему иногда люди ведут себя конформно, а иногда — нет?
- Почему некоторые люди ведут себя неконформно?
- Существуют ли типы людей, более или менее склонных к конформизму?

Ответы на эти и многие другие вопросы, связанные с конформизмом, содержатся в следующих кратких утверждениях.

- Установлено, что степень конформизма возрастает, если задача, решаемая человеком, является сложной, а он себя считает некомпетентным. Чем меньше человек уверен в своих взглядах, тем более конформно он себя ведет. Склонность к конформному поведению также зависит от размера группы, которая оказывает психологическое давление на человека: чем больше эта группа, тем сильнее ее давление и тем, следовательно, конформнее будет вести себя человек.
- Влияние группы на индивида также зависит от ее значимости для него. Если это референтная группа, то она будет оказывать на него более сильное давление и в такой группе он будет вести себя более конформно, чем в индифферентной группе.
- Если человек зависим от соответствующей группы (даже в том случае, когда она не является для него референтной), то под ее влиянием он будет склонен вести себя более конформно, чем под воздействием группы, от которой данный человек независим.
- Если человека в группе никто не поддерживает, то он будет более склонен к конформному поведению, чем в том случае, если кто-то его поддерживает, причем чем больше «группа поддержки», тем менее конформно будет себя вести соответствующий индивид.
- Склонность к конформному поведению также зависит от положения, занимаемого человеком в группе: чем выше его статус, тем менее он будет склонен вести себя конформно, и наоборот.
- В сплоченной группе труднее сопротивляться групповому давлению, чем в психологически разобщенной группе. Это объясняется тем, что сплоченная группа способна оказывать более сильное давление на человека, чем разобщенная группа. В последней сопротивление индивида групповому давлению поддерживается определенной частью группы, которая вместе с ним выступает против тех, кто оказывает соответствующее психологическое давление.

- Связь проявлений конформизма с гендерными различиями носит сложный характер. В общем случае нельзя утверждать, что мужчины или женщины больше склонны к конформизму, чем представители противоположного пола. Многое зависит от положения женщины в соответствующем обществе, а также от содержания того вопроса, в отношении которого проявляется конформное поведение. В культурах, где положение мужчины и женщины неодинаково (неравноправно), более склонными к конформизму оказываются те, кто имеет меньше прав. В обществах, где мужчины и женщины равноправны, гендерных различий в склонности к конформизму не обнаруживается. К примеру, в США в эксперименте С. Милгрэма мужчины и женщины вели себя примерно одинаково. Если в некоторой группе обсуждается «мужской» вопрос, то менее склонными к конформизму или, что то же самое, более склонными высказывать и отстаивать собственное мнение по данному вопросу являются мужчины; если же обсуждается «женский» вопрос, то соответственно так себя ведут женщины.
- Склонность или не склонность вести себя конформно зависит от индивидуальных, личностных особенностей человека. Люди с сильной волей менее склонны вести себя конформно, чем люди со слабой волей. То же самое можно сказать о людях с высокой самооценкой, развитым интеллектом, высокоразвитым мотивом достижения успехов, власти: такие люди, скорее всего, будут менее склонны к конформизму, чем те, у которых соответствующие свойства являются слаборазвитыми. Люди с так называемыми «сильными» чертами характера будут вести себя менее конформно, чем люди со слабым характером. В общем случае более склонными к конформизму являются личности, которые в большей степени поддаются психологическому влиянию других людей.
- Тенденция конформного поведения зависит также от культуры. Есть такие культуры, в которых у детей воспитывается безусловное послушание, а среди взрослых людей культивируется беспрекословное подчинение авторитетам. Понятно, что среднестатистический человек в таких культурах будет более склонен к конформизму, чем человек, воспитанный в культуре, где ценятся самостоятельность и независимость.

Положительное воздействие группы на индивида

Давно замечено, и это наблюдение отразилось в социально-психологических теориях личности, что группа оказывает существенное влияние

на психологию и поведение индивида. Часть изменений, порождаемых психологическим влиянием группы, исчезает, как только человек выходит из сферы воздействия группы, другие изменения продолжают сохраняться, оставляя заметный след в личности и превращаясь при определенных условиях в личностные черты и формы социального поведения.

С некоторыми оговорками можно допустить, что человек как личность есть продукт, результат многочисленных групповых влияний, что почти все особенности его психологии и поведения, за исключением генетически и физиологически обусловленных, складываются и закрепляются под влиянием его личного участия в деятельности различных социальных больших и малых групп. Каждая из значимых (референтных) социальных групп вносит свой вклад в психологию и поведение личности, и этот вклад отнюдь не является однозначно положительным или отрицательным. Он различен, и об этом в первую очередь свидетельствует наличие у людей множества достоинств и недостатков, большую часть которых они приобрели, находясь в группах.

Рассмотрим в обобщенном виде основные факты, свидетельствующие о положительном и отрицательном влиянии группы на индивида.

Положительное влияние группы на формирование и развитие личности состоит в следующем.

1. В группе индивид встречается с людьми, которые являются для него основным источником культуры.
2. Отношения между людьми, складывающиеся в группах, несут в себе позитивные социальные нормы и ценностные ориентации, которые усваиваются личностью.
3. Группа является местом, где индивид осваивает и совершенствует свои коммуникативные умения и навыки.
4. От участников различных групп индивид получает информацию, позволяющую ему правильно воспринимать и оценивать себя, сохранять и укреплять все положительное в своей личности, избавляться от отрицательного.
5. Группа снабжает индивида системой положительных эмоциональных подкреплений, необходимых для его развития.
6. Постоянное общение индивида с более развитыми, чем он, личностями, обладающими ценными знаниями, умениями и навыками, обеспечивает ему возможность приобщения к соответствующим знаниям и духовным ценностям. Почти каждому человеку есть чему научиться у других людей, и практически в каждой социальной группе он встречает таких людей.
7. Только через прямое общение и личные контакты с другими людьми в социальных группах одни люди передают другим свой жиз-

ненный опыт. Этот опыт включает в себя практически все человеческое в современном человеке, начиная с элементарных гигиенических навыков и пользования речью и заканчивая нравственными ценностями и способностями к различным видам деятельности.

8. Нигде, кроме группы, человек не в состоянии усвоить речь и научиться пользоваться ею. Ребенок научается разговаривать только благодаря тому, что все в семье, где он родился, говорят на родном языке. И не просто говорят, а постоянно, чуть ли не с первых дней рождения обращаются к нему, требуют ответной реакции и всячески ее поощряют. Стимулирование языкового развития индивида со стороны группы происходит и дальше. Установлено, что между уровнем владения языком и участием индивида в деятельности различных групп существует прямая зависимость.

В главе 4 (часть II), раскрывая сущность общения и закономерности его развития, мы уже отмечали, что если бы человеческий ребенок родился и вырос не в обществе людей, а в изоляции от них, он никогда ни психологически, ни по своему поведению не превратился бы в человека. Об этом свидетельствуют описанные как в научной, так и в популярной литературе многочисленные факты, в которых в силу неблагоприятных жизненных обстоятельств дети с малолетнего возраста оказывались лишенными возможности общаться с развитыми, культурными людьми, жили в физической или психологической изоляции от них, например в сообществах животных. Почти во всех этих случаях отмечались серьезные задержки как в психологическом, так и в поведенческом развитии таких детей.

Чем больше разнообразных групп, активным участником которых становится индивид в процессе его жизни, тем больше у него возможностей для развития, приобретения разнообразных ценных человеческих качеств. В особенности это касается высшей духовной культуры, которая передается от человека к человеку только в результате обучения и воспитания, то есть через прямое межличностное групповое общение.

Группа влияет на психологию индивида через систему складывающихся в ней отношений, в частности через отношения данного индивида с остальными участниками группы. Мы уже знаем о том, что при различных отношениях индивиды проявляют себя с разной, положительной или отрицательной, стороны, и поэтому для обеспечения преимущественно положительного влияния группы на личность важно добиться того, чтобы межличностные отношения в этой группе были благоприятными.

Для развития у себя тех или иных достоинств индивиду необходимы соответствующие стимулы, положительные подкрепления. Их основным источником также являются люди, окружающие его в группах.

Таким образом, группа для психологического развития индивида как личности представляется незаменимой. То же самое, и даже в еще большей степени, можно сказать о такой группе, которая представляет собой высокоразвитый коллектив. В жизни и деятельности каждого отдельно взятого человека он играет ничем не заменимую положительную роль, о чем много лет назад писали и говорили такие известные отечественные педагоги, как А. С. Макаренко, В. А. Сухомлинский и другие.

Однако свою положительную роль в развитии личности коллектив полноценно реализует только тогда, когда не происходит идеологического искажения его роли в развитии личности, когда психологическая и педагогическая теория коллектива не оказывается предметом политических спекуляций.

Отрицательное влияние группы на личность

Если о положительном воздействии группы на индивида (коллектива на личность) много и хорошо написано и в педагогической, и в социологической, и в психологической литературе, то о фактах отрицательного воздействия известно немного. В этой связи мы уделим рассмотрению и анализу этих фактов несколько больше внимания, чем выше было отведено на представление и обоснование положительного влияния группы на индивида.

Поначалу социальные психологи, заинтересованные в решении данного вопроса, в качестве объекта своего исследования брали только большие социальные общности — толпу и массу, однако затем их внимание переключилось на изучение влияния малых групп на индивида, поскольку в психологическом развитии человека они играют более существенную роль, чем большие социальные группы. Поскольку основные факты, касающиеся отрицательного влияния большой социальной группы (толпы) на индивида, уже были представлены и обсуждены в десятой главе, в данном параграфе мы сосредоточим внимание лишь на соответствующих воздействиях на индивида малой социальной группы. Добавим к ранее сказанному только краткую характеристику возможных отрицательных последствий влияния большой социальной группы на человека, которые приводят к тому, что было ранее обозначено как «обезличивание». На рис. 4 приведены возможные причины обезличивания (деиндивидуализации), а также ее психологические и поведенческие следствия.

Один из наиболее впечатляющих экспериментов был проведен еще в начале 1960-х годов американским психологом С. Милгрэмом. Он показывает, насколько далеко может зайти обычный человек в своих



Рис. 4. Возможные причины и следствия деиндивидуализации (обезличивания)

действиях, бездумно и слепо подчиняясь давлению со стороны авторитетных лиц или социальных групп, которых эти лица представляют. Этот эксперимент заключался в следующем.

Через объявление, сделанное в газете, за плату 4 доллара в час добровольцы были приглашены принять участие в научном психологическом эксперименте, якобы предназначенном для изучения памяти. Каждому из людей, согласившемуся принять участие в данном эксперименте, говорили, что в ходе его он будет исполнять роль «учителя».

Его задача будет заключаться в том, чтобы зачитывать «ученику» пары слов и затем, напоминая по одному слову из каждой пары, просить «ученика» правильно вспомнить второе слово из соответствующей пары (процедура классического эксперимента, часто проводимого в целях изучения ассоциативной памяти людей). Если «ученик» в ходе эксперимента ошибался, то «учитель» должен был наказывать его ударами электрического тока, последовательно повышая его за каждую следующую ошибку шагами по 15 V. Эксперимент и использованная в нем электрическая аппаратура допускали изменения напряжения в сети от 15 до 450 V. Никаких ограничений на применение тока высокого напряжения во время эксперимента не вводилось, то есть напряжение в нем могло расти непрерывно вплоть до верхнего предела — 450 V.

Роль «учителя» в данном эксперименте выполнял настоящий испытуемый, а роль «ученика» — подставное лицо, специально подготовленный для данного эксперимента актер. Общая схема данного эксперимента представлена на рис. 5.

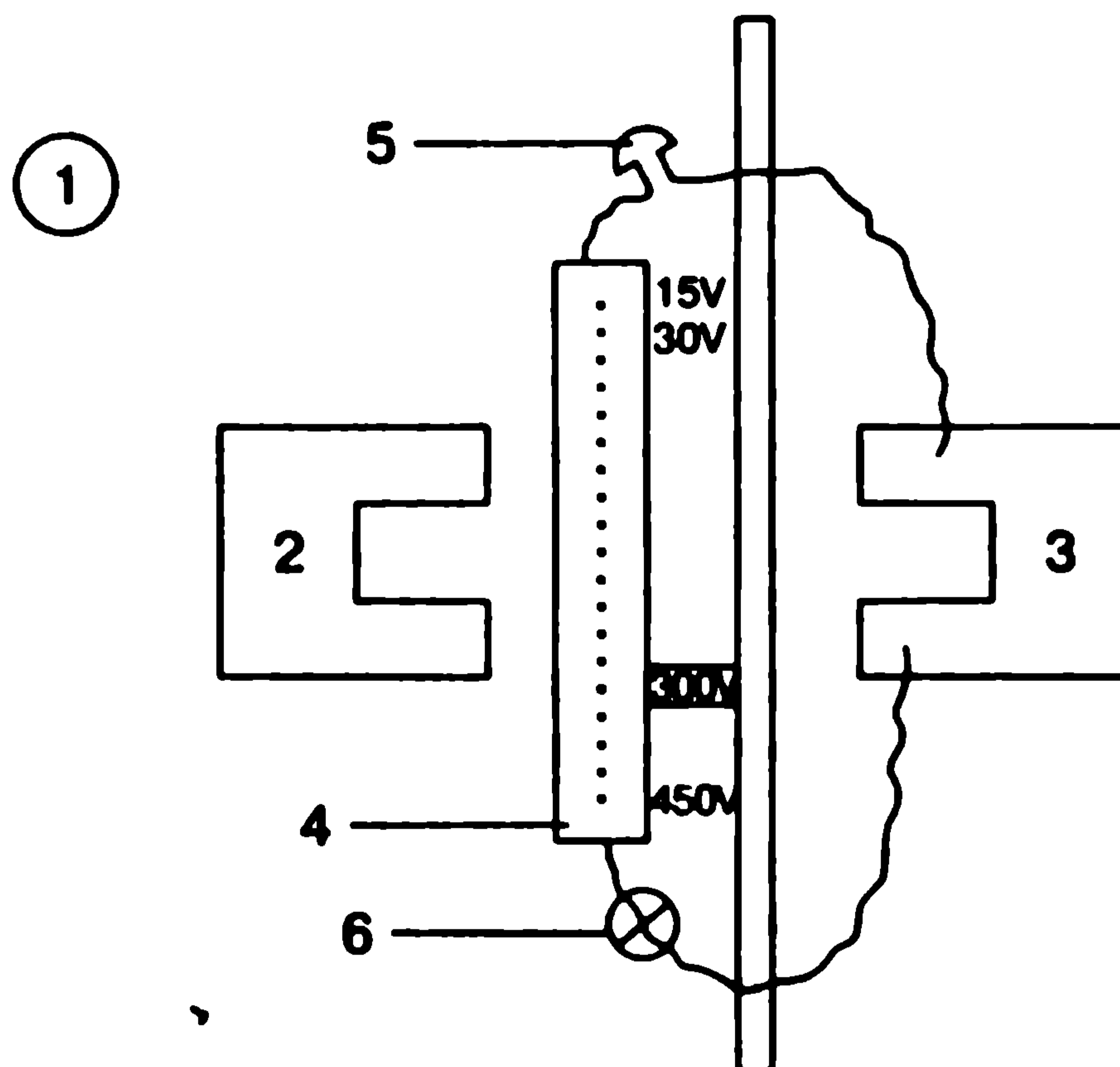


Рис. 5. Схема обстановки во время эксперимента С. Милгрэма

«Учителя» и «ученика» во время эксперимента разделяла тонкая фанерная перегородка, так что «учитель» не мог видеть «ученика», но хорошо слышал все, что происходило за перегородкой. «Ученик» сидел в кресле 3, привязанный к нему крепкими кожаными ремнями, а на его руках находились браслеты, имеющие открытые контакты от электрических проводов, идущих со стороны пульта. Само кресло 3, кроме того, было крепко привинчено к полу. При возникновении тока в электрической цепи зажигалась лампочка 6 и звучал электрический звонок 5.

Непосредственно перед «учителем» находилась панель с электрическими кнопками, градуированными от 15 до 450 V. Цифра 300 V была выделена красным цветом, и рядом с ней было написано слово «шок», что свидетельствовало о том, что такое напряжение смертельно опасно для человека и вызывает у него состояние шока.

Перед началом эксперимента сам «учитель» на короткое время сидел в кресло «ученика», для пробы получал удары электрического тока 15 V и лично убеждался в том, что ток по цепи действительно идет, что удары электрического тока даже минимального напряжения достаточно болезненные. После этого начинался сам эксперимент.

На самом деле «ученик» в ходе эксперимента никаких ударов электрического тока не получал. С помощью скрытого маневра экспериментатор переключал ток на замаскированную электрическую сеть, в которой также были включены лампочка и звонок.

В качестве «ученика» в эксперименте участвовал специально подготовленный человек — актер, который умело имитировал поведение и переживания лица, подвергаемого ударам электрического тока разной силы (напряжения). По мере того как «росло» напряжение в сети, «ученик» должен был вести себя все более беспокойно, а при напряжении более 300 V прекращать подавать какие бы то ни было признаки жизни: не отвечать на вопросы, не производить никаких звуков. До этого момента он должен был выражать свой протест движениями, ворчанием, криками, ударами ногами в перегородку и другими естественными способами.

Свои «переживания» и «протест» против наказания ударами электрического тока «ученик» в этом эксперименте мог выражать (и реально выражал) следующим образом (это ему было предписано условиями эксперимента):

- при напряжении от 75 до 105 V он восклицал «Ой!», как обычно восклицает человек, испытывающий неприятное болевое ощущение. При этом сила восклицания возрастала пропорционально увеличению напряжения в сети;
- в случае, когда напряжение в сети достигало 120–150 V, к этому восклицанию добавлялось слово «больно!» с тем же самым усиливающим эффектом в зависимости от возрастания напряжения;
- при достижении напряжения от 150 до 180 V «ученик» эмоционально выразительно выкрикивал примерно следующие слова: «Выпустите меня! У меня с сердцем плохо! Я не хочу дальше участвовать в этом эксперименте!»;

- при напряжении 165–225 V он уже громко кричал: «Я не могу больше терпеть эту боль! Прекратите эксперимент и отвяжите меня! Вы не имеете права держать здесь меня!» При увеличении напряжения сила крика и протест «ученика» соответственно, возрастали;
- когда напряжение достигало 270–285 V, то это был уже полный отчаяния крик агонизирующего человека;
- при напряжении 330 V крики прекращались и человек за перегородкой («ученик») переставал подавать какие-либо признаки жизни (демонстрация шока, наступившего от электрического тока).

Для того чтобы убедить «учителя» продолжать эксперимент (продолжать как можно дольше наносить «ученику» удары электрического тока), экспериментатор использовал все усиливающиеся аргументы от имени себя самого и различных социальных групп, употребляя, например, следующие слова:

- Пожалуйста, продолжайте!
- Условия эксперимента требуют, чтобы вы продолжали!
- Чрезвычайно важно, чтобы вы продолжали дальше!
- У вас нет другого выбора, вы обязаны продолжать!

Если все способы убеждения были исчерпаны, то экспериментатор резко вставал и, изображая из себя строгого армейского офицера, просто командовал: «Сидеть!», «Продолжать!» Наконец, если уже ничего не помогало заставить «учителя» продолжать дальше наносить «ученику» удары электрического тока, эксперимент прекращался и отмечалось напряжение, до которого через соответствующие убеждения и принуждения удалось довести «учителя».

Результаты эксперимента (рис. 6), проведенного со многими американцами — добровольными участниками данного эксперимента, оказались обескураживающими.

Обнаружилось, что почти 65 % всех «учителей» довели напряжение тока до максимальной величины 450 V. Ни один из них не прекратил эксперимент до того, как напряжение на приборе достигло 300 V, то есть той критической точки, за которой у «ученика» должен был последовать шок.

С. Милгрэма, как экспериментатора, интересовал не только факт подобного поведения людей, но и его возможные объяснения. Часть таких объяснений он получил от самих испытуемых, к другим пришел в результате проведения дополнительных исследований, в которых варьировались условия эксперимента.

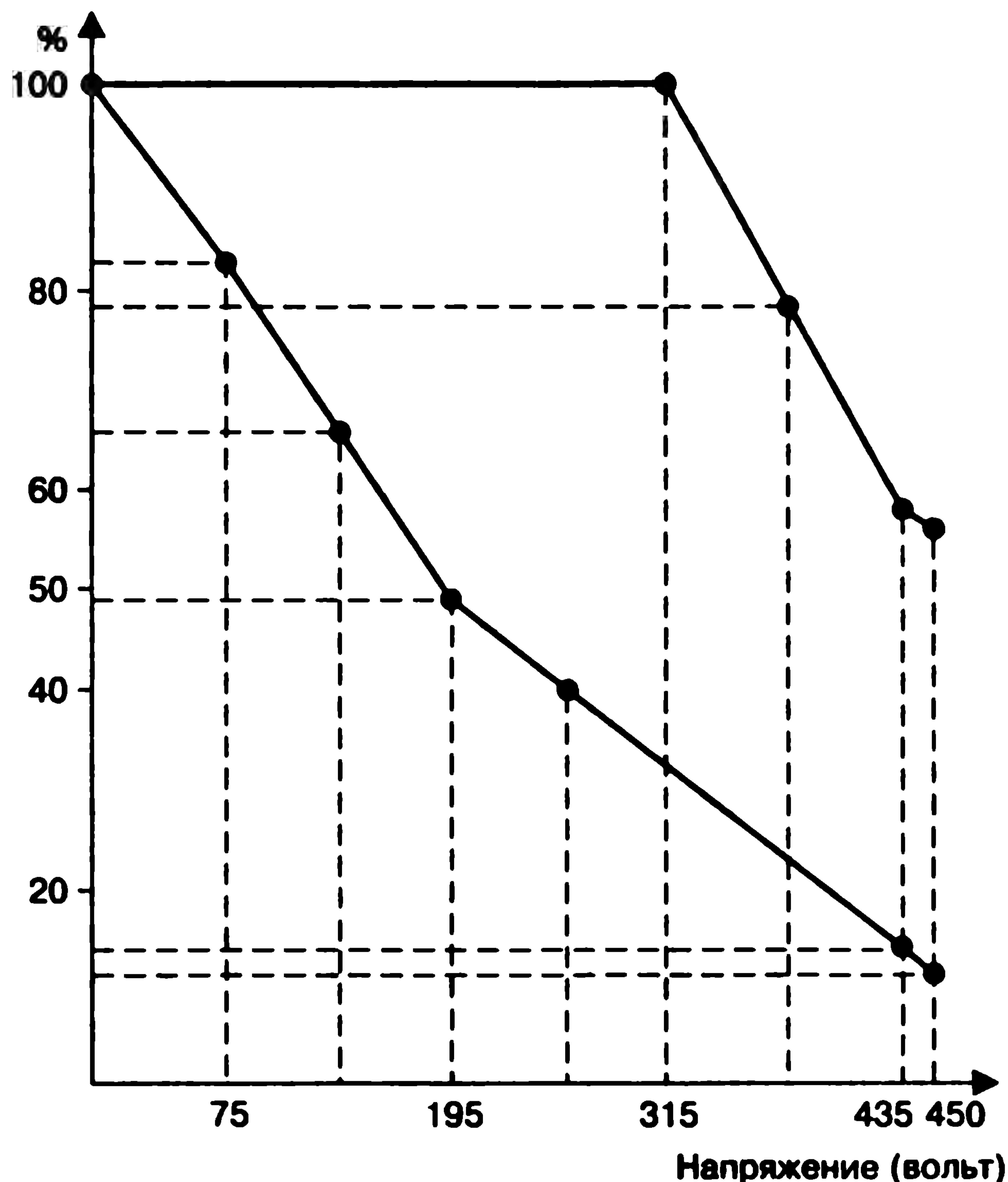


Рис. 6. Предполагаемое (нижняя кривая) и действительное (верхняя кривая) количество людей, подчинившихся просьбам и приказам экспериментатора в эксперименте Милгрэма (по Г. Бьербрауэру, 1973)

Чрезвычайное послушание испытуемых в данном эксперименте объясняется следующими причинами (ниже представлены обобщения ответов самих испытуемых, выступивших в данном эксперименте в роли «учителя»).

1. *Попадание в ловушку.* Эксперимент был задуман и начинался невинно, как рядовое исследование памяти, а затем незаметно для самого испытуемого напряжение в нем постепенно нарастало. Испытуемые, начавшие повышать напряжение, не имели естественной точки, барьера, подойдя к которому следовало остановиться. По ходу эксперимента не вводилось никаких новых требований, и испытуемые просто продолжали делать то, что уже начали. К тому времени, когда у них впервые возникало желание выйти из эксперимента, они в своих действиях уже заходили слишком далеко, были уже как бы в ловушке, из которой не было выхода. Поэтому,

обескураженные, они дальше продолжали действовать чисто механически (им «терять было нечего»).

2. *Этикет ситуации.* В своеобразной психологической ловушке испытуемые оказались еще и потому, что сначала согласились, причем добровольно, участвовать в данном эксперименте и подчиняться требованиям экспериментатора. Человеку, давшему добровольное согласие что-либо сделать другому лицу, нелегко отказаться от обещанного. Такой отказ должен был бы означать выражение сомнения в порядочности и компетентности экспериментатора, а также прямое обвинение его в издевательствах над человеком («учеником»). Кроме того, человек, обещавший, но не выполнивший своих обещаний, роняет свой авторитет в глазах окружающих людей: его считают ненадежным.

В одном из следующих экспериментов подобного рода, проведенном в измененных условиях, вместо одного было три «учителя» (на самом деле настоящим испытуемым из них был только один). Два дополнительных «учителя» делали следующее: один лишь зачитывал пары слов, второй называл допущенные ошибки. Третий, настоящий испытуемый, должен был нажимать электрические кнопки, увеличивая напряжение. Когда оно достигало 150 V, то «учитель», зачитывавший пары слов своему «ученику», заявлял, что отказывается дальше работать, покидал свое рабочее место и пересаживался в стоявшее неподалеку свободное кресло. Он вел себя так, несмотря на то что экспериментатор оказывал на него давление и настаивал на продолжении работы. В тот момент времени, когда напряжение достигало 210 V, аналогичным образом поступал и второй «учитель». После этого экспериментатор обращался к оставшемуся третьему «учителю» (настоящему испытуемому) и просил его одного продолжать эксперимент, более того, даже приказывал это делать. Выяснилось, однако, что в этих условиях приказу экспериментатора подчинились только 10 % людей, участвовавших в эксперименте в роли «учителей».

В другой модификации этого же эксперимента вместо двух дополнительных «учителей» в опыт вводили двух экспериментаторов. Вскоре после того как «ученик» получал первые несколько ударов электрическим током, экспериментаторы начинали спорить уже между собой. Один из них требовал немедленно прекратить эксперимент, другой, напротив, настаивал на его продолжении. В этих условиях ни один из настоящих испытуемых не изъявил желания продолжить эксперимент, несмотря на то что второй экспериментатор настаивал на этом.

3. *Смягчающие обстоятельства.* Испытуемые в данном эксперименте понимали, что совершают акт насилия, но для их действий были некоторые оправдания — смягчающие обстоятельства. Например, оправдывая свое поведение, «учитель» мог сказать, что будто бы

не видел «ученика», находящегося за перегородкой, и, следовательно, не мог по-настоящему оценить, насколько «ученику» больно. Действительно, было обнаружено, что в том случае, если «учитель» и «ученик» находились в одном помещении и могли видеть друг друга, число послушных приказу экспериментатора снижалось до 30 %.

Чем меньше для испытуемого было смягчающих его вину обстоятельств, тем меньше послушания он демонстрировал. Однако в тех ситуациях, где «учитель» не сам должен был нажимать кнопки, а только давал распоряжение делать это другому, количество послушаний вновь резко возрастало — до 93 %, причем на этот раз «учитель» уже без стеснения использовал всю шкалу напряжений, до 450 V включительно. Поразительно, замечает по этому поводу С. Милгрэм, насколько снижается эффект послушания, если человеку приходится совершать акт насилия собственной рукой, и насколько он возрастает, если за него это делает кто-то другой.

4. *Надзор.* Очевидным фактом, оказавшим влияние на поведение испытуемых в обсуждаемом эксперименте, было личное присутствие экспериментатора во время опыта. В тех случаях, когда он на время покидал лабораторию (так было задумано) и отдавал свои распоряжения по телефону, процент послушных приказу «учителей» падал с 65 до 21 %. Многие из испытуемых в этих условиях начинали хитрить, используя для наказания «ученика» ток гораздо меньшего напряжения, чем предписывалось инструкцией.
5. *Авторитет и прикрывающая (защищающая) идеология.* Наиболее важный фактор из числа тех, которые могут порождать добровольное и бездумное послушание, связан с так называемой «прикрывающей идеологией». Это укоренившаяся в данном обществе или данной социальной группе система взглядов (социальных установок, убеждений, стереотипов и т. п.), которая юридически и морально заранее оправдывает тех, кто им следует. В эксперименте С. Милгрэма в роли такой идеологической инстанции, заранее снимающей ответственность с испытуемых, выступал авторитет науки (фраза «наука требует жертв» использовалась в эксперименте для убеждения «учителя» в необходимости его продолжать). К примеру, когда в одном из повторных экспериментов ссылка на научные интересы в оправдание получения человеком ударов электрического тока была снята, число послушных «учителей» упало с 65 до 48 %.

Обратим внимание еще на одно обстоятельство, связанное с данным экспериментом. Оно показывает, что нередко люди о себе и себе подобных думают лучше, чем они есть на самом деле. В одном из подобных исследований, осуществленном Г. Бьербауэром по методике С. Милгрэма, испытуемых до начала эксперимента просили предсказать, как другие люди (не они сами) поведут себя в данном эксперименте. Затем

тех, в отношении которых они предварительно делали предсказание, включали в реальный эксперимент и проверяли, как они ведут себя на самом деле.

Эти данные показывают, что вместо ожидаемых по предсказанию примерно 30 % людей, которые способны были довести напряжение до 315 V, таких на самом деле оказалось 100 %. Вместо приблизительно 10 % ожидаемого числа людей, способных нанести другому человеку удар электрического тока напряжением 450 V, в действительности таковых оказалось более 60 %.

Обсуждая и комментируя результаты своего эксперимента в одной из телепередач, С. Милгрэм высказал следующие мысли: «Если бы в Соединенных Штатах была создана система лагерей смерти по образцу нацистской Германии, то подходящий персонал для этих лагерей можно было бы набрать в любом американском городе». «...Наиболее важный урок наших опытов состоит в том, что обычные люди, просто выполняя свою работу и не проявляя никакой особой враждебности, смогли стать участниками ужасных злодеяний».

Наверное, и название страны, и социальную принадлежность людей в этих высказываниях Милгрэма можно было бы заменить названием любой другой страны и любого народа в современном мире. «Под властью злых сил даже лучшие люди иногда меняются в худшую сторону»¹.

В итоге ученый делает следующие выводы, касающиеся причин подобного поведения и степени жестокости, проявляемой обычными людьми по отношению к своим реальным или потенциальным жертвам.

1. Эмоциональная удаленность наказывающего от его жертвы. Если человек непосредственно воспринимает эмоциональные реакции своей жертвы, то он действует по отношению к ней менее жестоко и более осторожно.
2. Авторитет и социальный статус того, кто заставляет наказывать. В том случае, если это делает авторитетный человек, имеющий высокий социальный статус, индивид будет следовать указаниям этого человека в прямой зависимости от авторитета и статуса последнего.
3. Мера принятия на себя ответственности за содеянное. Чем больше ответственности за содеянное берет на себя наказывающий, тем менее он будет склонен применять суровые наказания.
4. Неприятные последствия, которые применение наказания может иметь для того, кто это делает. Чем большими могут быть непри-

¹ Майерс Д. Социальная психология. — СПб., 1977. — С. 291.

ятные последствия после применения наказания для того, кто наказывает, тем менее он будет склонен это делать.

5. Наличие или отсутствие обстоятельств, смягчающих вину наказывающего. Если человек, применяющий наказание, уверен в том, что его действия будут оправданы, он с большей готовностью применит наказание, чем в том случае, если он не уверен в оправдании своего поступка или если у него нет убеждения, что его вина будет смягчена.

Все то, о чем говорилось в эксперименте С. Милгрэма, действует на человека в реальных социальных группах, как малых, так и больших.

Еще одним примером отрицательного группового влияния на индивида может быть воздействие, которое группа оказывает на одаренных, творческих личностей, превосходящих остальных членов группы по тем или иным психологическим качествам, например по культуре или интеллекту. На это обстоятельство в свое время обратил внимание известный российский ученый В. М. Бехтерев.

Проведя ряд индивидуальных и групповых экспериментов, в результате которых сравнивались показатели творческой работы группы и индивида, В. М. Бехтерев показал, что в творчестве группа может уступать особо одаренным личностям. Выяснилось, в частности, что коллективное творческое решение, если оно принимается методом простого голосования, нередко оказывается более низкого качества, чем частное творчество особо одаренных личностей, включенных в данную группу. Их оригинальные идеи отвергаются потому, что непонятны большинству. В результате такие личности, находясь под сильным психологическим давлением «квалифицированного» (а на самом деле некомпетентного) большинства, сдерживаются, подавляются в своем творческом развитии.

Последний факт, который здесь следует еще раз напомнить (мы его уже рассматривали в одной из предыдущих глав), касается конформного поведения. Конформизм — это феномен, выражающий собой безусловно отрицательное влияние группы на личность.

? Контрольные вопросы

1. Что называют социальной фасилитацией?
2. Как определяется эффект социальной ингибиции?
3. Как часто проявляются феномены социальной фасилитации и ингибиции в поведении людей в группе?
4. Что представляют собой возможные объяснения эффектов социальной фасилитации и ингибиции?

5. Какова суть психофизиологического объяснения этих эффектов Р. Зайонцом?
6. Каким образом эффекты социальной фасилитации и ингибиции объясняются посредством закона Йеркса-Додсона?
7. Как эффекты социальной фасилитации и ингибиции зависят от силы давления, оказываемой группой на индивида?
8. Что представляют собой градации силы психологического давления группы на индивида?
9. Каким образом толпа влияет на психологию и поведение человека (по Г. Лебону)?
10. Что такое деиндивидуализация?
11. Что представляет собой деиндивидуализированная личность?
12. Что объединяет психологию и поведение деиндивидуализированной личности с человеком, чье состояние сознания изменено?
13. Является ли деиндивидуализация феноменом, характерным только для толпы?
14. Что такое коллективизация мышления?
15. Какие социально-психологические явления связаны с коллективизацией мышления?
16. Что называют иллюзией неуязвимости?
17. В чем проявляется феномен излишнего оптимизма, связанный с коллективизацией мышления?
18. Что обозначают как безусловную моральную справедливость принимаемых групповых решений?
19. Что такое рационализация как явление, характерное для коллективизации мышления?
20. Что такое стереотипизация как признак коллективизации мышления?
21. Каким образом с коллективизацией мышления связан конформизм?
22. Что обозначают как самоцензуру в процессе коллективизации мышления?
23. Что понимают под иллюзией единомыслия?
24. Что такое групповая психологическая самозащита?
25. Что представляет собой такой феномен, связанный с коллективизацией мышления, как наличие «образа врага»?
26. Почему при коллективизации мышления возникают стереотипные, в основном негативные, социальные установки, касающиеся людей, несогласных с мнением большинства?
27. В чем проявляется при коллективизации мышления феномен группового давления на несогласных?
28. Каким образом при коллективизации мышления осуществляется внешний контроль над мышлением и поведением отдельных членов группы?

29. Какие типичные недостатки отмечаются в групповых решениях, принимаемых в условиях коллективизации мышления?
30. В каких социальных условиях возникает и проявляется коллективизация мышления?
31. Каковы способы предупреждения коллективизации мышления и устранения связанных с ней негативных социально-психологических последствий?
32. Что такое дискриминация как социально-психологическое явление?
33. Что называют предрассудками?
34. Каковы характерные психологические и поведенческие проявления предрассудков?
35. Чем отличаются предрассудки от предубеждений?
36. Что обозначают как социальный стереотип?
37. Чем социальные стереотипы отличаются от предубеждений и предрассудков?
38. Каким образом различия в социальном статусе влияют на предубеждения людей относительно друг друга?
39. Как зависят предрассудки от религиозной веры?
40. Почему вопрос о том, поддерживает современная религия предрассудки или борется с ними, нельзя однозначно решить в настоящее время?
41. Каким образом с предрассудками и предубеждениями связан внутригрупповой фаворитизм?
42. Может ли патриотизм служить основой предубеждений и предрассудков?
43. Как связаны предрассудки с индивидуалистической и коллективистической культурой?
44. Имеют ли социальные нормы отношение к предрассудкам?
45. Всегда ли существующие предрассудки проявляются в реальном поведении людей?
46. При каких условиях существующие предрассудки будут проявляться в реальных отношениях людей?
47. Каким образом конкурентная борьба людей влияет на их предрассудки?
48. Зависят ли предрассудки от личности человека?
49. Каким образом предрассудки могут быть связаны с авторитаризмом (авторитарностью личности)?
50. Что представляют собой когнитивные предпосылки социальных стереотипов, предубеждений и предрассудков?
51. При каких психологических условиях возникают и действуют социальные стереотипы?
52. Что такое категоризация мышления, как она влияет на социальную стереотипизацию?

53. Как влияет эффект групповой гомогенности на социальную стереотипизацию?
54. Как воздействует на социальные стереотипы имплицитная теория личности?
55. Каким образом на формирование стереотипов влияет социальная и психологическая дистанция между людьми?
56. Какой вклад в социальную стереотипизацию вносит фундаментальная ошибка атрибуции?
57. Что такое конформизм?
58. Что представлял собой первый классический эксперимент С. Аша по изучению конформизма?
59. Какие вопросы возникают в связи с явлением конформизма?
60. Какие ответы на эти вопросы предлагает современная наука?
61. При каких условиях конформизм проявляется в большей или меньшей степени?
62. Как зависит конформизм от сложности задачи, решаемой человеком в группе?
63. Как влияет уверенность человека в себе на конформное поведение?
64. В чем проявляется воздействие группы, оказывающей психологическое давление на человека, на его конформное поведение?
65. Как влияет на конформизм зависимость человека от социальной группы?
66. Как связаны между собой референтность группы и конформное поведение?
67. Как воздействует на конформное поведение поддержка человека другими членами группы?
68. В чем сказывается влияние положения, занимаемого человеком в группе, на его конформное поведение?
69. Как зависит конформное поведение от сплоченности группы?
70. В чем проявляются гендерные различия в конформном поведении?
71. Как сказываются индивидуальные различия людей на их конформном поведении?
72. Как зависит конформизм от культуры?
73. Что называют групповой поляризацией?
74. Как объясняется явление групповой поляризации?
75. Что представляет собой информационная теория, объясняющая феномен групповой поляризации?
76. Как этот же феномен объясняет нормативная теория?
77. Положительными или отрицательными являются воздействия, оказываемые социальной группой на человека?
78. Какие факты доказывают, что группа является основным источником культуры для индивида?

79. Каким образом через отношения между людьми, складывающиеся в группах, индивидам передаются позитивные социальные нормы и ценностные ориентации?
80. Чем доказывается то, что в группе индивид осваивает необходимые ему для жизни в обществе коммуникативные умения и навыки?
81. Как человек получает от участников различных групп информацию, позволяющую ему правильно воспринимать и оценивать самого себя?
82. Каким образом группа снабжает индивида системой положительных эмоциональных подкреплений, необходимых для его психологического развития?
83. За счет чего группа обеспечивает человеку возможность приобщения к знаниям, накопленным людьми?
84. Как идет обучение индивида в группе на основе наблюдения и подражания другим людям?
85. В чем заключается положительная роль такой высокоразвитой, как коллектив, группы в становлении человека как личности?
86. По какой причине в процессе изучения отрицательного влияния группы на индивида внимание ученых было переключено с больших на малые социальные группы?
87. Почему деиндивидуализацию (обезличивание) можно рассматривать как основной признак отрицательного воздействия большой социальной группы на личность?
88. Каковы основные причины и следствия деиндивидуализации?
89. Что представляет собой эксперимент С. Милгрэма, каковы его основные результаты?
90. Каким образом испытуемые объясняли свое поведение во время эксперимента?
91. Что такое попадание в ловушку?
92. Как на поведение испытуемых во время эксперимента воздействовал этикет ситуации?
93. Что представляют собой обстоятельства, смягчающие вину испытуемых, в эксперименте Милгрэма?
94. Каким образом на поведение испытуемых в данном эксперименте повлиял надзор?
95. Как поведение испытуемых зависело от авторитета экспериментатора и прикрывающей идеологии?
96. В чем разница между ожидаемым (предполагаемым) и действительным (реальным) поведением испытуемых в эксперименте Милгрэма?
97. Какие комментарии и выводы сделал С. Милгрэм по итогам проведенного им эксперимента?
98. Какие данные из групповых экспериментов, организованных и проведенных В. М. Бехтеревым, свидетельствуют об отрицательном влиянии группы на личность?



Литература

1. *Андреева Г. М.* Социальная психология. — М., 2006. — С. 293–308.
2. *Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р.* Социальная психология. — СПб., 2004. — С. 257–330.
3. *Бернс Р. В.* Развитие Я-концепции и воспитание. — М., 1986. — С. 225–245.
4. *Бехтерев В. М.* Внушение и его роль в общественной жизни. — СПб., 2001. — С. 7–150.
5. *Глейтман Г., Фридлунд А., Райсберг Д.* Основы психологии. — СПб., 2001. — С. 556–590.
6. *Роберт М.-А., Тильман Ф.* Психология индивида и группы. — М., 1988. — С. 69–72, 93–102, 112–118, 162–170.
7. *Майерс Д.* Социальная психология. — СПб., 1997. — С. 268–310, 354–398.
8. *Милгрэм С.* Эксперимент в социальной психологии. — СПб., 2000. — С. 54–75, 127–243.

Глава 13

Социальная перцепция и восприятие людьми друг друга



Краткое содержание

Понятие о социальной перцепции. Определение социальной перцепции. Специфика восприятия человека человеком. Отличие восприятия человеком социальных событий и людей от восприятия им неодушевленных объектов. Встречная активность человека по отношению к воспринимающему его другому человеку и ее влияние на межличностное восприятие. Взаимная направленность и взаимозависимость процессов восприятия людьми друг друга, их описание и объяснение с помощью понятия «общение», а не «предметная деятельность». Зависимость восприятия и оценки человека человеком от того, как его воспринимает и оценивает другой человек. Влияние активности человека, воспринимающего и оценивающего другого человека, на образ, складывающийся в процессе восприятия людьми друг друга. Субъективность межличностного восприятия. Действие в сфере социальной перцепции и межличностного восприятия иных, более сложных законов, чем те, которыми определяется восприятие человеком неодушевленных объектов. Частные процессы, включенные в межличностное восприятие: идентификация, сравнение и рефлексия. Их определение.

Восприятие и понимание людьми друг друга. Значение правильного восприятия и понимания людьми друг друга. Составляющие межличностного восприятия. Представление о правильном восприятии и понимании другого человека. Основные трудности, связанные с восприятием и пониманием людьми друг друга. Зависимость взаимоотношений людей от правильного восприятия и понимания ими друг друга. Двухсторонняя зависимость между межличностным восприятием и поведением людей. Процесс формирования образа человека как личности. Признаки, по которым человек воспринимается и оценивается как личность, и факторы, оказывающие влияние на данный процесс. Факторы, положительно воздействующие на процесс восприятия и понимания людьми друг друга. Факторы, отрицательно влияющие на восприятие и понимание людьми друг друга. Зависимость правильности восприятия человека от психологического настроения того, кто воспринимает, и того, кого

воспринимают и оценивают. Зависимость правильности восприятия и понимания человека от индивидуальных особенностей того, кого воспринимают и оценивают. Зависимость правильности межличностного восприятия от ситуации, в которой оно происходит. Зависимость правильности восприятия и оценки людьми друг друга от воспринимаемых и оцениваемых свойств. Статистический подход к пониманию межличностного восприятия. Теория межличностного восприятия С. Аша как альтернатива статистическому подходу. Интерактивное понимание и объяснение межличностного восприятия. Трансактная теория межличностного восприятия.

Механизмы и законы межличностного восприятия. Имплиcitная теория личности. Влияние имплицитной теории личности на восприятие и понимание людьми друг друга. Процесс формирования имплицитной теории личности. Положительное и отрицательное влияние имплицитной теории личности на восприятие и понимание людьми друг друга. Эффект первичности и его воздействие на образ другого человека. Эффект новизны и его воздействие на образ человека. Эффект ореола и его влияние на восприятие и оценку людьми друг друга. Последовательность восприятия другого человека и признаки, на которые в первую очередь обращает внимание воспринимающий человек. Психологические состояния людей, которые воспринимаются и оцениваются лучше или хуже, чем другие. Аналитический, эмоциональный, перцептивно-ассоциативный и социально-ассоциативный типы межличностного восприятия. Ситуации и условия, обеспечивающие правильное восприятие и оценку людей. Факторы и условия, которые мешают правильно воспринимать и оценивать людей. Значение каузальной атрибуции для правильного восприятия и понимания людей. Основные законы межличностного восприятия.

Понятие о социальной перцепции

Многое в том, каким образом формируется психология человека и как он себя ведет в обществе, зависит от восприятия человеком происходящего с ним и вокруг него в соответствующем обществе. Если речь идет о восприятии и оценке человеком неодушевленных предметов и явлений, то такой процесс достаточно разносторонне и глубоко изучен в общей психологии в соответствующем разделе. Когда речь идет о восприятии и оценке людьми друг друга, то данный вид восприятия выступает как предмет социально-психологических исследований. Наконец, если речь идет о восприятии человеком всего того, что составляет общество и что происходит в нем, то это входит в сферу компетенции социальной психологии и обозначается как социальная перцепция.

Между восприятием в его общепсихологическом понимании, восприятием человека человеком и социальной перцепцией есть немало общего и различного. Рассмотрим это общее и различное для того, чтобы с помощью сравнения этих видов восприятия уточнить понимание социальной перцепции, которая будет специально обсуждаться далее.

Общим для всех обозначенных выше процессов восприятия является то, что все они представляют собой существующие разновидности восприятия (перцепции). Кроме того, во всех этих видах восприятия участвуют органы чувств человека и соответствующие, связанные с восприятием, познавательные процессы: внимание, память, воображение, мышление и речь. Наконец, во всех этих случаях речь идет о том, что в результате восприятия формируется образ воспринимаемого объекта, однако для разных видов восприятия эти образы будут различными по их предметному (объектному) содержанию и механизмам их формирования.

Различия между соответствующими видами восприятия сводятся к следующему.

1. В процессе восприятия человеком неодушевленных объектов и явлений сами эти объекты и явления не проявляют встречной активности по отношению к воспринимающему их человеку. Так, например, если человек воспринимает книгу, то предполагается, что книга, в свою очередь, не может воспринимать человека и оказывать такого же воздействия на него, какое на книгу может оказать человек. Констатация данного факта не носит сугубо формальный характер и определяет специфику не только процесса восприятия, но и формируемого в результате его образа.
2. Восприятие человека человеком — это совместный, взаимно направленный процесс, который описывается не с помощью понятия «предметная деятельность», а с помощью понятия «общение».

3. То, каким образом один человек воспринимает другого в процессе общения с ним, зависит от того, как воспринимает и оценивает другой человек его самого. «Содержание межличностного восприятия, — пишет Г. М. Андреева, — зависит от характеристик как субъекта, так и объекта восприятия потому, что они включены в определенное взаимодействие, имеющее две стороны: оценивание друг друга и изменение каких-то характеристик друг друга»¹.
4. Активность человека, воспринимающего неодушевленный предмет, никак не влияет на этот предмет, в то время как активность человека, воспринимающего и оценивающего другого, существенно воздействует на соответствующего человека и, соответственно, изменяет его поведение и образ, складывающийся в глазах другого человека.
5. В большинстве случаев восприятие человеком неодушевленного предмета носит объективный характер в том смысле слова, что не имеет явно выраженного субъективного оттенка, определяемого эмоциональным отношением человека к данному предмету. Межличностное восприятие, или восприятие человека человеком, напротив, почти всегда имеет такой отчетливо выраженный субъективный оттенок.
6. В области социальной перцепции в целом и межличностного восприятия в частности в гораздо меньшей степени действуют известные формальные законы формирования образа, изученные в общей психологии восприятия (например, так называемые законы гештальта). В сфере социальной перцепции и межличностного восприятия действуют, по-видимому, иные, более сложные законы, имеющие скорее смысловой, чем формально-структурный характер.
7. В процесс восприятия человека человеком включены три частных процесса, которые не принимают участия в восприятии человеком неодушевленных предметов. Это — идентификация, сравнение и рефлексия. Идентификация — это уподобление или отождествление себя в отношении других людей. Благодаря идентификации человек делает вывод о том, что он похож на других людей, а они, в свою очередь, похожи на него самого. С помощью идентификации человек познает себя, приписывая себе свойства, которые он замечает у других людей, или же, наоборот, постигает других людей, приписывая им собственные свойства. Сравнение — сопряженный с идентификацией процесс, в результате которого, сопоставляя себя с воспринимаемыми им людьми, человек приходит к выводу о том, в чем он схож и чем отличается от этих людей или, соответственно, чем эти люди схожи или отличны от него самого. Рефлексия — это процесс самопознания человека, базирующийся на его

¹ Андреева Г. М. Социальная психология. — М., 2001. — С. 124.

собственных восприятии и оценках других людей, как правило, без сравнения себя с ними. Частный, собственно социально-психологический случай рефлексии, принимающей участие в процессе познания людьми друг друга, — это выяснение человеком того, как он воспринимается другими людьми или как сам он воспринимает и понимает окружающих.

Хотя восприятие человека человеком входит в состав социальной перцепции, оно составляет только его часть. Кроме межличностного, или межчеловеческого, восприятия в структуру социальной перцепции включается восприятие и оценка человеком социальных структур, объектов и организаций, социальных событий и многого другого, что входит в состав общества или происходит в нем.

Субъектом социальной перцепции могут быть не только отдельные индивиды, но и группы людей. Так, например, можно говорить об особенностях восприятия друг друга различными социальными группами: властью народа или, наоборот, народа властью, богатыми бедных или, напротив, бедными богатых и т. д. Разновидностями социальной перцепции могут стать восприятие группы тем или иным человеком или восприятие конкретного человека определенной группой людей.

Восприятие и понимание людьми друг друга

В человеческих взаимоотношениях, в постижении того, как личность влияет на группу и группа на личность, большое значение имеют восприятие и понимание людьми друг друга. Они всегда присутствуют в контактах людей и столь же естественны для них, как и удовлетворение повседневных потребностей. «Трудно придумать более дьявольское наказание, — писал в свое время известный психолог У. Джемс, — как если бы кто-нибудь попал в общество людей, где никто на него не обращал бы внимания. Если бы никто не оборачивался при нашем появлении, не отвечал на наши вопросы, если бы всякий при встрече с нами намеренно не узнавал нас и обходился с нами как с неодушевленными предметами, то нами овладело бы известного рода бешенство, бессильное отчаяние, от которого были бы облегчением жесточайшие телесные муки, лишь бы при этих муках мы чувствовали, что при всей безвыходности нашего положения мы все-таки не пали столь низко, чтобы не заслуживать внимания». В этом психологически глубоком и жизненно правдивом высказывании одного из знатоков психологии человека и межчеловеческих взаимоотношений тонко схвачена и точно отражена не только потребность человека во внимании к себе со стороны других людей, но и нужда в определенном отношении

к себе. Это отношение не в последнюю очередь зависит от того, насколько правильно мы сами воспринимаем и оцениваем и нас самих воспринимают и оценивают.

Правильно воспринимать человека означает создавать верный образ этого человека как личности, то есть адекватно оценивать те психологические свойства, которыми он реально обладает. Адекватно воспринять и оценить человека также означает научиться на основе образа человека предсказывать его поведение, а также иметь такой его образ, который позволял бы другим людям общаться с ним, добиваясь взаимопонимания. Адекватный образ человека может содержать в себе далеко не все его психологические свойства, например не включать в себя то, что не является значимым для общения с ним. Точность образа человека относительна, а его правильность определяется тем, насколько успешно данный образ позволяет взаимодействовать с данным человеком в различных жизненных ситуациях.

Образ человека как личности по своей структуре достаточно сложен. Он включает в себя, во-первых, четкие представления о познавательных процессах данного человека — его ощущениях, восприятии, внимании, памяти, воображении, мышлении и речи. Во-вторых, в состав образа человека могут входить знания о типичных для него психологических состояниях — об эмоциональных переживаниях, психологическом настрое, тревожности, напряженности и других. В-третьих, важным элементом психологической структуры образа человека являются знания о нем как о личности: его способностях, силе воли, потребностях, темпераменте, характере, чувствах и социальных установках.

Существует прямая зависимость между восприятием людьми друг друга и их взаимоотношениями. От того, как люди воспринимают и оценивают друг друга, зависят образы, которые складываются у них друг о друге. На основании этих образов люди относятся друг к другу, строят межличностное общение. Если один человек воспринимает другого положительно, то он, соответственно, будет не только положительно относиться к данному человеку, но и соответствующим образом действовать по отношению к нему. Если же человек воспринимает другого человека отрицательно, то с его стороны следует ожидать отрицательных действий по отношению к этому человеку.

Правда, такое одностороннее, исключительно положительное или безусловно отрицательное восприятие и отношение людей друг к другу в жизни встречаются довольно редко. Гораздо чаще бывает так, что восприятие людьми друг друга одновременно оказывается и положительным, и отрицательным, то есть, по существу, двойственным. Соот-

ветственно и поступки людей в этом случае будут противоречивыми, как положительными, так и отрицательными.

Зависимость между восприятием людей и их поведением является двухсторонней. Не только восприятие и оценка человека человеком влияет на их отношения и поведение, но также и поведение людей в отношении друг друга определенным образом воздействует на их восприятие и оценку друг друга. Наблюдаемое поведение человека может порождать определенное отношение к нему. Это отношение, в свою очередь, формирует устойчивую установку на восприятие данного человека, и она далее определяет то, как данный человек будет восприниматься и оцениваться как личность.

Вступая друг с другом в определенные взаимоотношения, люди проявляют себя в этих взаимоотношениях с разных сторон. Соответственно и воспринимать друг в друге они будут лишь то, что проявляется в их взаимоотношениях. Создать исчерпывающий или полностью адекватный образ человека, особенно на первых этапах общения с ним, вряд ли возможно. Такой образ строится постепенно, по мере познания человека человеком, и со временем, естественно, будет изменяться и уточняться.

Образ человека в процессе общения и взаимодействия с ним складывается постепенно. Это обычно происходит в следующей последовательности. В начальный период общения с незнакомым человеком мы обращаем внимание на его внешность и по ней пытаемся понять, что представляет собой этот человек как личность. Делая выводы о нем по его внешности, мы извлекаем из прошлого опыта, из своей памяти представления о похожих на него людях, а также о психологических особенностях этих людей. Соответствующие особенности — образ знакомого человека, похожего внешне на воспринимаемого, — мы приписываем этому человеку, «проецируем» на него этот образ. Если что-либо в психологии воспринимаемого человека для нас не вполне ясно, то мы далее строим и проверяем гипотезы о наличии у него соответствующих психологических свойств. В дальнейшем, обращаясь с этим человеком и получая о нем дополнительные сведения из непосредственного восприятия и других источников, мы проверяем наши собственные гипотезы о личности воспринимаемого человека.

В процессе общения с человеком можно оценивать его психологические особенности через речь, действия и поступки. На основе анализа и обобщения собранной о человеке информации мы строим далее предположение о том, что он представляет собой как личность.

При построении образа человека его речь оценивается по следующим параметрам: употребляемые слова и выражения, интонация, паузы,

ударение, громкость, темп, тембр. Благодаря наблюдениям за телодвижениями человека, жестами, мимикой и пантомимикой, можно получать информацию об отношениях человека к тому, что происходит с ним и вокруг него. Это позволяет строить динамичный образ личности, менять, уточнять его в ходе общения, подстраиваться под человека, изменять стратегию и тактику общения с ним. Наблюдение за поступками позволяет получать сведения о характере человека, о его морали, ценностях, социальных установках.

Существуют две основные группы факторов, влияющих на процесс восприятия человека человеком: те, которые оказывают воздействие на формирующийся образ человека, и те, которые влияют на сам процесс межличностного восприятия. Факторы, оказывающие влияние на образ человека при его восприятии, могут быть положительными и отрицательными. Положительные факторы способствуют формированию правильного образа человека, а отрицательные факторы этому препятствуют.

Факторами, влияющими на сам процесс межличностного восприятия, могут быть следующие: особенности личности воспринимаемого и воспринимающего человека; ситуация, в которой происходит восприятие людьми друг друга; специфика воспринимаемых и оцениваемых свойств личности; психологические состояния воспринимаемого и воспринимающего человека; знание воспринимающим лицом психологических законов восприятия и понимания людьми друг друга, а также признаков, по которым можно достоверно судить об особенностях личности воспринимаемого человека.

Положительное воздействие на формирование образа человека как личности могут оказывать следующие факторы: богатый жизненный опыт; знание психологии людей; умение наблюдать и делать правильные выводы; благоприятная ситуация общения, способствующая проявлению, восприятию и точной оценке психологических особенностей человека. Замечено, например, что чем больше жизненный опыт человека, тем лучше он воспринимает и понимает других людей. Есть люди, которые в силу своих способностей, профессии и накопленного жизненного опыта лучше знают и понимают других. Это характерно для тех, кто умеет сопереживать, сочувствовать людям, ставить себя на их место, принимать людей такими, какие они есть, понимать мотивы их поведения. Это, как правило, люди, которым в силу складывающихся жизненных обстоятельств часто приходится не только общаться с разными людьми, но и оказывать на них влияние, убеждать, привлекать на свою сторону, побуждать к определенным действиям и поступкам. Есть виды профессий, которые предполагают

постоянное и активное общение. Это профессии врача, учителя, психолога, политика, актера, режиссера и ряд других. Установлено, что лучше, чем представители других профессий, воспринимают и понимают других людей актеры, психологи, педагоги и врачи.

Факторами, препятствующими формированию правильного образа человека как личности, могут быть: недостаток жизненного опыта; незнание психологии людей; неумение наблюдать за человеком в процессе общения с ним и делать правильные выводы о нем как о личности по результатам наблюдения; неудачность ситуации общения (невозможность в ней выявить и правильно оценить свойства личности, которые важны для построения образа человека); субъективность восприятия и оценки человека, вызванная эмоциями или порожденная заранее сформировавшимся предвзятым отношением к данному человеку, например необоснованно положительным или беспричинно отрицательным.

Если один человек в общении с другим настроен положительно, то он соответственно будет обращать внимание, воспринимать и оценивать в основном положительные качества своего партнера. В этом случае и образ личности воспринимаемого окажется, скорее всего, односторонне положительным. Если же настрой человека в общении с другим человеком окажется отрицательным, то его восприятие также может быть неправильным — в основном негативным.

Есть люди, чей внутренний мир устроен сравнительно просто и непротиворечиво, чьи психологические свойства хорошо проявляются во внешнем поведении. При восприятии таких людей как личностей серьезные ошибки, как правило, не возникают или во всяком случае легко замечаются и вовремя исправляются. Есть также люди, чей внутренний мир устроен довольно сложно, противоречиво, психология которых не всегда открыто проявляется в их внешнем поведении. Таких людей как личностей оценивать труднее, поскольку при их восприятии из-за противоречий, имеющих в их психологии, могут возникать ошибки. Кроме того, подобные люди обычно воспринимаются другими людьми в различных жизненных ситуациях по-разному.

Есть такие ситуации, в которых сравнительно легко оценивать любого человека. Это такие ситуации, в которые предъявляют четкие требования к поведению людей и в которых большинство из них ведет себя однозначно. Есть также ситуации, которых, напротив, достаточно сложно правильно воспринять и оценить человека. Они обладают противоположными описанным выше особенностями. К примеру, если мы наблюдаем за человеком в привычной для него обстановке (допустим, дома, где он обычно ведет себя свободно и раскованно, не

играя никаких ролей, не скрывая от окружающих свои истинные психологические свойства), то сможем оценить человека более или менее правильно. Однако если мы ведем наблюдение за ним в какой-либо официальной обстановке, где принято вести себя в соответствии с определенными нормами и правилами и где люди обычно играют предписанные им социальные роли, то нам вряд ли удастся быстро и правильно оценить данного человека как личность.

Точность восприятия и оценки людьми друг друга также зависит от воспринимаемых и оцениваемых качеств личности. Есть такие личностные свойства, которые воспринимаются и оцениваются легко. Есть и такие личностные свойства, которые, напротив, воспринимаются и оцениваются с трудом. Например, такое индивидуальное психологическое свойство человека, как общительность, можно воспринять и оценить сравнительно легко, а такие качества, как расчетливость и лицемерие, можно будет правильно воспринять и оценить только в подходящих для их проявлений условиях. Есть немало психологических свойств, которые человеком хорошо осознаются, но есть и большое количество таких качеств, которые не осознаются ни самим человеком, ни окружающими его людьми и, соответственно, не могут быть адекватно восприняты и оценены со стороны. К ним относятся, например, комплексы. Понятно, что правильно воспринять и оценить их наличие у человека будет намного сложнее, чем, например, такое качество личности, как доброту.

То, как данный человек будет вести себя, зависит от его настроения и психологического состояния. От этого же зависит и то, какие психологические свойства и каким образом человек будет демонстрировать окружающим людям. Если у него хорошее настроение, то он, скорее всего, будет демонстрировать себя с лучшей стороны и, соответственно, производить на окружающих людей хорошее впечатление. Если же в данный момент времени у него почему-то плохое настроение, то он, напротив, может показать себя не в лучшем свете и у окружающих людей, соответственно, сложится о нем не самое лучшее впечатление.

Ученые не только изучали процесс межличностного восприятия, но и пытались подвести под него определенную теоретическую базу. Существует, к примеру, статистический подход к объяснению межличностного восприятия, который заключается в следующем. Предполагается, что целостный образ человека как личности складывается на основе оценок, даваемых отдельным чертам личности воспринимаемого человека. Среди сторонников статистического подхода к межличностному восприятию давно ведется дискуссия по поводу того, каким способом комбинируются и складываются в единый образ оценки, даваемые отдельным чертам личности человека. Согласно одной из то-

чек зрения, высказываемой рядом сторонников этой дискуссии (так называемая «усредняющая» точка зрения), общее впечатление (образ, формирующийся на базе оценок отдельных черт личности) определяется простым суммированием и усреднением частных оценок отдельных черт личности человека. Согласно другой точке зрения — «аддитивной» — общее впечатление определяется общим числом оценок только положительных черт личности данного человека.

С. Аш предложил другую, альтернативную статистической, социально-психологическую теорию межличностного восприятия. В ней доказывается, что в случае, когда человек использует разрозненные фрагменты информации для образования целостной, согласованной картины или образа другого человека, каждая отдельная черта личности воспринимаемого человека, которая становится воспринимающему известной, оказывает определенное влияние на способ интерпретации и других черт личности воспринимаемого им человека. Общее впечатление о нем как о личности в конечном счете становится уже не таким, какого можно было бы ожидать на основе анализа ранее известных черт его личности. Предполагается также, что некоторые из черт личности могут оказывать более сильное влияние на общее впечатление о человеке, чем другие.

Еще один подход к пониманию и объяснению межличностного восприятия носит название «интерактивный». В нем утверждается, что восприятие человека человеком зависит от взаимодействия людей друг с другом. В таком взаимодействии имеет место взаимное влияние друг на друга тех образов, которые складываются у людей друг о друге. Речь идет о том, что образ одного человека, складывающийся в восприятии другого человека, влияет на образ, который складывается о нем самом в глазах его партнера по общению. Согласно интерактивной теории ситуация, в которой люди воспринимают и оценивают друг друга, а также их взаимодействие друг с другом в данной ситуации существенно влияют на восприятие и понимание человека человеком. Интерактивная теория межличностного восприятия (так она полностью называется) утверждает, что в процессе взаимодействия с другими людьми мы сами действуем на основе того, как воспринимаем этих людей. Они, в свою очередь, поступают точно так же в отношении нас самих. Наши собственные реакции на других людей могут существенно изменить то, как эти люди будут реагировать на нас, и, следовательно, изменить в целом процесс и результаты восприятия и понимания друг друга.

Близкая к интерактивной, трансактная теория восприятия основана на представлении о том, что то, что воспринимается человеком, и то, как это воспринимается, зависит от опыта, знаний, собранных человеком

в процессе взаимодействия с социальным окружением (с другими людьми и происходящими вокруг событиями). Согласно этой теории восприятие зависит от приобретенных и актуально действующих на бессознательном уровне гипотетических предположений относительно реального социального окружения, представленных как вероятности транзакций (взаимодействий) с соответствующим социальным окружением.

Механизмы и законы межличностного восприятия

Восприятие и понимание людьми друг друга, процесс формирования образа человека как личности подчиняются определенным законам. В этой сфере, определяя специфику как самого восприятия, так и складывающегося в ходе его образа, действуют определенные механизмы. Рассмотрим их.

Один из механизмов восприятия и понимания людьми друг друга получил название «имплицитная теория личности». Она включает в себя представление человека о том, как в людях взаимосвязаны черты характера, внешний облик и поведение. Предполагается, что у каждого человека имеется не только твердое представление о том, что все эти особенности человека определенным образом друг с другом связаны, но и вполне конкретные идеи, касающиеся характера имеющихся между ними связей. У каждого человека существует своя имплицитная теория личности, которой он руководствуется, воспринимая и оценивая других людей. Имплицитная теория личности складывается в течение жизни в индивидуальном опыте общения человека с разными людьми и со временем становится достаточно устойчивой структурой, определяющей многое в восприятии и понимании данным человеком других людей. Пользуясь ею, человек, например, на основе внешнего облика другого судит о его психологических свойствах, вероятных поступках, о которых пока еще ничего не знает, и заранее настраивается на определенные формы поведения по отношению к данному человеку.

Имплицитная теория личности формирует априорную установку человека по отношению к людям, имеющим определенные особенности внешности. Она же позволяет на основе ограниченной информации о другом человеке судить о том, что ему присуще как личности. Например, если в структуру имплицитной теории личности входит знание о том, что смелость как черта характера обычно сочетается с порядочностью, то индивид, обладающий соответствующим знанием, будет автоматически считать порядочными всех смелых людей

(на самом деле связь между этими чертами личности может оказаться случайной).

Механизм формирования имплицитной теории личности примерно таков. Встретившись с другим человеком, мы в первую очередь обращаем внимание на его внешность. Затем, в процессе общения с этим человеком, мы продолжаем наблюдать за его поведением, строить и проверять гипотезы о его личности. В конечном счете, когда мы расстаемся с данным человеком, в нашей памяти от общения с ним остается своеобразное тройственное впечатление, включающее в себя сведения о внешности этого человека, знания о его поведении и представление о его психологии. Все это связывается, ассоциируется друг с другом в нашей памяти. Далее мы встречаемся со многими другими людьми и в итоге общения с ними получаем аналогичные впечатления, включающие в себя те же три составляющие: внешние данные, поведение и психологические свойства. Впечатления, полученные от разных людей, накладываются друг на друга, и то, что в них оказывается одинаковым (имеются в виду составляющие образа человека и связи между ними), закрепляется в памяти, а остальное со временем забывается. В итоге в бессознательной памяти формируются обобщенные образы разных людей, включающие в себя типичные особенности их внешности, типичные для них формы поведения и типичные психологические свойства в их взаимосвязи друг с другом.

Если имплицитная теория личности правильная — а в ее основе могут лежать некоторые действительно существующие связи между психологией, поведением и внешностью человека — то она может способствовать быстрому формированию точного образа другого человека, причем даже в отсутствие достаточно полной информации о нем. В этом состоит положительная социально-психологическая роль данного явления. Однако если имплицитная теория личности неверна (а такое также случается нередко), то это может привести к построению ошибочного образа другого человека, породить неправильное отношение к нему и, как следствие, отрицательную ответную реакцию с его стороны. Поскольку все это обычно происходит на подсознательном уровне, то между людьми могут помимо их желания и воли возникнуть неконтролируемые и неуправляемые взаимные антипатии (неприязнь). Именно искаженная имплицитная теория личности часто является причиной разного рода расовых, национальных, социальных, религиозных и других предубеждений и предрассудков, которые обсуждались нами в предыдущей главе.

Конкретный механизм влияния имплицитной теории личности на восприятие и оценку людьми друг друга является следующим. Встречая

незнакомому человеку, мы невольно обращаем внимание на его внешность и сравниваем его с теми людьми, с которыми раньше нам уже приходилось общаться (образы которых запечатлены в имплицитной теории личности). Обнаружив внешнее сходство незнакомому человеку с кем-либо из знакомых людей, мы переносим на данного человека обобщенный образ, извлеченный из нашей собственной памяти. Другими словами, применяя к данному индивиду нашу имплицитную теорию личности, мы приписываем ему те психологические свойства, которые уже вошли в нашу имплицитную теорию личности, и соответственно ожидаем от этого человека того же самого поведения, которое уже запечатлено в обобщенном образе личности, хранящемся в имплицитной теории личности.

Влияние имплицитной теории личности на правильность восприятия и понимания людьми друг друга, а также на их взаимоотношения двойственное. Если имплицитная теория личности верна, то обладающий ею человек имеет возможность быстро и правильно оценивать других людей, строить их гипотетически верные образы, причем делает это задолго до того, как об этих людях будет получена полная и достоверная информация. Если же имплицитная теория личности неверна, то человек может совершать серьезные ошибки при восприятии и оценке других людей, приписывая им совсем не те психологические свойства, которые есть у них на самом деле. Это, например, часто бывает в тех случаях, когда человек имеет ограниченный и односторонний опыт общения с людьми, в результате которого у него складывается неправильная имплицитная теория личности.

Следующим механизмом, который влияет на правильность восприятия и понимания людьми друг друга, является эффект первичности. Суть его состоит в том, что первое впечатление о человеке, первая по порядку информация, полученная о нем воспринимающим лицом, способна оказать более сильное и достаточно устойчивое влияние на формирование его образа, чем та информация, которая получена позднее. Если, например, первое впечатление о другом человеке в силу сложившихся обстоятельств оказалось положительным, то на его основе в дальнейшем формируется положительный образ данного человека, который становится своеобразным фильтром, пропускающим в сознание воспринимающего только ту информацию о воспринимаемом человеке, которая согласуется с первым впечатлением о нем (здесь, по-видимому, срабатывают законы когнитивного диссонанса). Если, напротив, первое впечатление о человеке почему-то оказалось отрицательным, то в сознание воспринимающего попадает лишь та информация о нем, которая является по преимуществу отрицательной.

С эффектом первичности в области межличностного восприятия конкурирует противоположный ему эффект новизны. Он касается преимущественного влияния на складывающийся образ человека не первого, а последнего из впечатлений о нем. Согласно данному эффекту информация, которая в памяти отложилась последней по порядку, способна сильнее влиять на последующие восприятие и оценку человека, чем предыдущая. Над последними по порядку сведениями о другом человеке индивид может поразмышлять, спокойно обдумать и взвесить их. Они как бы заменяют, вытесняют на время из памяти то, что раньше было известно об этом человеке, и в текущий момент времени выходят на первый план.

Важную роль в восприятии и понимании людьми друг друга играет еще один механизм, который получил название «эффект ореола». Этот эффект проявляется в том, что уже сложившееся впечатление о человеке (уже существующий его образ) оказывает определенное влияние на последующее восприятие и оценку данного человека. Под воздействием эффекта ореола воспринимающий человек видит в основном только то, что соответствует уже сложившемуся образу воспринимаемого человека, и как бы не замечает того, что ему противоречит. Благодаря эффекту ореола в сознание человека попадает односторонняя информация о воспринимаемом человеке, поддерживающая и укрепляющая имеющийся образ.

Много внимания в исследованиях восприятия людьми друг друга было уделено выяснению того, каков сам по себе процесс межличностного восприятия, на что в первую очередь обращает внимание воспринимающий, давая оценку воспринимаемому, в какой последовательности он «считывает» информацию о нем.

Оказалось, что при восприятии нового для себя человека мы главное внимание обращаем на такие особенности его внешности, которые являются наиболее информативными с точки зрения построения образа воспринимаемого человека. Это — выражение лица и движения рук. В лице человека наше внимание в первую очередь привлекают глаза и губы, а в руках — пальцы. Они, по-видимому, и несут в себе наибольшую информацию о психологии воспринимаемого человека и его состоянии в данный момент времени.

Вначале обычно оценивается общее отношение воспринимаемого человека к воспринимающему, затем строится и проверяется гипотеза о личности человека, и если она подтверждается, из долговременной памяти извлекается необходимая информация о том, как целесообразно вести себя по отношению к данному человеку.

Психологи, кроме того, пытались выяснить, какие из состояний воспринимаемого человека оцениваются воспринимающим лучше

и в какой последовательности. Вот результаты одного из подобных экспериментов¹.

В нем для определения характера воспринимаемых эмоциональных состояний использовались отрывки из литературных произведений. Они выражали три группы эмоциональных состояний говорящего: положительное, безразличное и отрицательное. Оказалось, что довольно часто, от 30 до 50 % случаев, люди совершают ошибки в точном определении эмоционального состояния говорящего. Правильнее других, как выяснилось, оцениваются положительные, а хуже всех — отрицательные эмоциональные состояния (более 50 % ошибок). Из числа положительных эмоциональных состояний правильнее других воспринимается и оценивается радость, несколько хуже — восхищение. В группе индифферентных (безразличных) эмоциональных состояний точнее других идентифицировалось состояние удивления, несколько хуже — безразличия. Среди отрицательных эмоций одинаково плохо воспринимались обида, тоска и гнев. Были обнаружены также существенные межиндивидуальные различия в правильности определения отдельных видов эмоциональных состояний человека. Эти различия, как выяснилось, связаны с культурой, национальностью, профессией и некоторыми другими факторами. Они также касались возраста и пола человека, его психологического состояния в момент восприятия.

Кроме индивидуальных различий, определяемых названными причинами, существуют типы восприятия и понимания человека человеком. Среди них выделяются следующие.

1. *Аналитический*. В данном случае каждый информативный элемент внешности человека, например его руки, глаза, форма губ, подбородка, цвет и форма волос и т. п., связывается с наличием определенной личностной черты. О психологических особенностях человека судят на основе предварительного разложения его внешности на элементы (то есть анализа внешнего облика), а далее по этим особенностям судят об отдельных, присущих ему качествах личности. Данный тип восприятия свойствен художникам и врачам, которым по роду своей профессии нередко приходится заниматься изучением внешнего облика человека (художникам для его воссоздания на полотне, а врачам — с целью более точной медицинской диагностики).
2. *Эмоциональный*. Здесь человеку приписываются те или иные качества личности на основе эмоционального отношения к нему, причем оценка воспринимаемого определяется рассмотренными ра-

¹ Борисова А. А. Восприятие эмоционального состояния человека по интонационному рисунку речи // Вопросы психологии, 1989. — № 1.

нее механизмами эффектов ореола, первичности и новизны. Такой тип межличностного восприятия нередко встречается у детей, особенно у подростков, а также у лиц женского пола, эмоционально возбудимых лиц и у части людей с образным типом памяти и мышления.

3. *Перцептивно-ассоциативный*. Он характеризуется использованием суждений по аналогии при восприятии человека. Признаки его внешнего облика и поведенческие реакции вызывают в памяти воспринимающего образ другого человека, внешне чем-то похожего на воспринимаемого. Благодаря имплицитной теории личности гипотетически достраивается и формируется образ воспринимаемого и ему приписываются те черты, которые характерны для имплицитной теории личности воспринимающего человека. Этот тип межличностного восприятия нередко можно встретить, например, у людей пожилого возраста, у тех, кто располагает достаточно большим и богатым профессиональным и жизненным опытом общения с разными людьми, или у актеров, которым часто приходится воспроизводить психологию и поведение различных людей. Аналогичным образом, воспринимая и оценивая других людей, действуют те, кому нередко приходится оценивать другого человека как личность в условиях дефицита информации и времени: педагоги, врачи, руководители.
4. *Социально-ассоциативный*. В этом случае восприятие и оценка осуществляются на основе сложившихся социальных стереотипов, то есть на базе отнесения воспринимаемого лица к определенному социальному типу. В итоге воспринимаемому человеку приписываются качества того типа людей, к которому он был отнесен. Как базовые социальные типы в данном случае могут выступить люди разных профессий, социального положения, мировоззрения и т. п. Этот тип восприятия свойствен, например, руководителям и политикам, философам и социологам.

Для того чтобы правильно воспринять и оценить человека, необходимо внимательно наблюдать за его поведением в тех ситуациях, где он более всего и разностороннее всего раскрывает себя как личность. Эти ситуации должны отвечать следующим основным требованиям:

- быть такими, в которых поведение человека направлено на достижение целей, соответствующих его наиболее важным жизненным мотивам и потребностям;
- быть связанными с преодолением препятствий на пути достижения желаемой цели. Среди этих препятствий должны, помимо прочего, находиться люди, чьи интересы не полностью совпадают с интересами данного человека;
- соответствующие ситуации должны включать в себя три основные сферы человеческой деятельности: учение, общение и труд,

поскольку в каждой из них проявляются существенные и разные стороны личности;

- наблюдения за человеком с целью его оценки как личности должны проводиться по определенному плану. Для того чтобы получить необходимые для обобщения сведения о личности человека, желательно в общении с ним и в процессе наблюдения за ним обратить особое внимание на то, что он говорит, как говорит, каким образом реагирует на действия и поступки других людей;
- если это возможно, то нужно воспользоваться суждениями и мнениями других людей о воспринимаемом человеке, так как любое отдельно взятое мнение всегда в той или иной степени субъективно и односторонне. Мы не в состоянии постоянно находиться рядом с другим человеком и непрерывно наблюдать за его поведением. Чаще всего мы встречаемся с человеком эпизодически, наблюдаем его в ограниченном круге социальных ситуаций, например в школе, в семье, в кругу друзей, на отдыхе и т. д. Следовательно, мы в состоянии правильно воспринять и оценить в человеке только те черты, которые в этих условиях раскрываются достаточно полно. Остальное мы можем не знать просто по той причине, что не имели возможности вести наблюдение за данным человеком в иных социальных условиях. Такую возможность могли получить окружающие люди, поэтому их мнение в данном случае может служить хорошим дополнением к нашему собственному восприятию.

Есть некоторые факторы, которые, напротив, мешают правильно воспринимать и оценивать людей. Основные из них следующие.

1. Неумение различать ситуации общения по таким признакам, как цели и задачи общения людей в данный момент, их намерения и мотивы, формы поведения, подходящие для достижения поставленных целей, состояние дел и самочувствие людей в момент наблюдения за ними.
2. Наличие заранее заданных установок, оценок, убеждений, которые имеются у наблюдателя задолго до того, как реально начался процесс восприятия и оценивания им другого человека. Такие установки обычно проявляются в суждениях типа «Что тут смотреть и оценивать? Я и так знаю...».
3. Наличие уже сформированных социальных стереотипов (предубеждений и предрассудков), в соответствии с которыми наблюдаемые люди заранее относятся к определенной категории человека, который их оценивает, и у него формируется установка, направляющая внимание на поиск признаков, подтверждающих его стереотипы (предубеждения, предрассудки).

4. Стремление делать преждевременные заключения о личности оцениваемого человека еще до того, как о нем получена исчерпывающая и достоверная информация. Некоторые люди, к примеру, почти всегда имеют «готовое» суждение о человеке, которое у них формируется сразу же после того, как они в первый раз его встречали или увидели.
5. Отсутствие желания и привычки прислушиваться к мнению других в оценках других людей как личностей, стремление полагаться только на собственное впечатление о человеке и отстаивать его.
6. Отсутствие изменений в восприятии и оценках людей, происходящих со временем. Имеется в виду тот случай, когда однажды высказанные суждения и мнения о человеке уже не меняются, несмотря на то что со временем накапливается новая информация о нем.

Большое значение для более глубокого понимания того, как люди воспринимают и оценивают друг друга, имеет широко исследованное в социальной психологии явление каузальной атрибуции. Процессы каузальной атрибуции подчиняются следующим закономерностям, которые оказывают влияние на понимание людьми друг друга.

1. Те события, которые часто повторяются и сопровождают наблюдаемое явление, предшествуя ему или проявляясь с ним одновременно, обычно рассматриваются как его возможные причины.
2. Если тот поступок, который мы хотим объяснить, необычен и ему предшествовало какое-либо уникальное событие, то мы склонны именно это событие считать основной причиной совершенного поступка.
3. Неверное объяснение поступков людей имеет место тогда, когда есть много различных, равновероятных возможностей для их интерпретации и человек, предлагающий свое объяснение, волен выбирать устраивающий лично его вариант. На практике такой выбор нередко определяется отношением оценивающего человека к тому, чей поступок подлежит объяснению.

В заключение рассмотрим некоторые законы межличностного восприятия. Под ним мы будем понимать такие законы, в соответствии с которыми обычно строится образ человека как личности. Основные законы восприятия, понимания и оценки людьми друг друга следующие.

1. Зависимость образа человека от особенностей ситуации, в которой происходит его восприятие.
2. Зависимость образа человека от психологических особенностей воспринимающего лица.
3. Зависимость образа человека от его собственного психологического состояния в момент восприятия.

В зависимости от того, какова социальная установка на человека, этот человек также воспринимается и оценивается по-разному. Это особенно характерно для рассогласованных социальных установок — таких, отдельные компоненты которых не соответствуют друг другу. Типичные варианты рассогласованной социальной установки следующие.

1. Между собой расходятся эмоциональный и когнитивный компоненты социальной установки.
2. Не соответствуют друг другу эмоциональный и поведенческий компоненты социальной установки.
3. Имеются противоречия между когнитивным и поведенческим компонентами социальной установки.

В каждом из этих случаев существующая социальная установка будет по-разному влиять на восприятие человека человеком.

В первом случае человек под влиянием определенного эмоционального отношения к другому человеку, скорее всего, будет игнорировать информацию, которая этому отношению не соответствует, и в его межличностном поведении эмоции будут преобладать над разумом.

Во втором случае человек будет переживать конфликт между своим эмоциональным отношением и реальным поведением. Внешне этот конфликт может проявляться в том, что поведение этого человека и отношение его к другому человеку будут непоследовательными: в одних случаях положительными, в других — отрицательными, нередко — рассогласованными.

Третья ситуация никакого особого конфликта, скорее всего, не вызовет. Поведение человека в этом случае будет определяться его знаниями и эмоциональным отношением к воспринимаемому человеку и, соответственно, будет меняться по мере изменения знаний и характера эмоциональных отношений к данному человеку.

? Контрольные вопросы

1. Что такое социальная перцепция?
2. Чем социальная перцепция отличается от восприятия, изучаемого в общей психологии?
3. Что понимают под восприятием человека человеком?
4. Какое влияние на межличностное восприятие оказывает встречная активность человека по отношению к воспринимающему его другому человеку?
5. В чем проявляется взаимозависимость процессов восприятия и понимания людьми друг друга?

6. Почему процессы межличностного восприятия лучше описывать и объяснять с помощью понятия «общение», а не с помощью понятия «предметная деятельность»?
7. Каким образом зависит восприятие и оценка человека человеком от того, как его воспринимает и оценивает другой человек?
8. Как влияет активность человека, воспринимающего и оценивающего другого, на образ, складывающийся в процессе межличностного восприятия?
9. В чем проявляется субъективность межличностного восприятия?
10. Чем отличаются законы, действующие в сфере социальной перцепции и межличностного восприятия, от законов, которыми определяется восприятие человеком неодушевленных объектов.
11. Что представляют собой частные процессы, включенные в межличностное восприятие: идентификация, сравнение и рефлексия?
12. Какое значение имеет правильное восприятие и понимание людьми друг друга?
13. Что включает в себя правильное восприятие человека человеком?
14. Каковы основные трудности, связанные с восприятием и пониманием людьми друг друга?
15. Как зависят взаимоотношения людей от правильного восприятия и понимания ими друг друга?
16. В чем проявляется двухсторонняя зависимость между восприятием людьми друг друга и их поведением?
17. Что представляет собой процесс формирования образа человека как личности?
18. По каким признакам мы воспринимаем и оцениваем человека как личность?
19. Какие факторы воздействуют на процесс восприятия и понимания людьми друг друга?
20. Какие факторы положительно влияют на восприятие и понимание людей?
21. Какие факторы отрицательно воздействуют на восприятие и понимание человека человеком?
22. Каким образом зависит правильность восприятия и оценки человека человеком от психологического настроения того, кто воспринимает, и того, кого воспринимают?
23. Как зависит правильность восприятия и понимания людей от индивидуальных особенностей тех, кого воспринимают и оценивают?
24. Каким образом на правильность межличностного восприятия влияет ситуация, в которой оно происходит?
25. Какие личностные свойства воспринимаются и оцениваются лучше, чем другие?

26. Что представляет собой статистический подход к пониманию межличностного восприятия?
27. Каковы основные положения теории межличностного восприятия С. Аша?
28. В чем суть интерактивного подхода к пониманию и объяснению межличностного восприятия?
29. Что утверждается в трансактной теории межличностного восприятия?
30. Что такое имплицитная теория личности?
31. Каким образом действует имплицитная теория личности на восприятие и понимание людьми друг друга?
32. Как формируется и изменяется имплицитная теория личности?
33. В чем заключается положительное и отрицательное влияние имплицитной теории личности на восприятие и понимание людьми друг друга?
34. Что такое эффект первичности и как он воздействует на образ другого человека?
35. Что представляет собой эффект новизны?
36. Что называют эффектом ореола, как он воздействует на восприятие и понимание людьми друг друга?
37. Какова последовательность восприятия и оценки другого человека?
38. На какие признаки в первую очередь обращает внимание человек, оценивающий другого человека как личность?
39. Какие психологические состояния людей воспринимаются и оцениваются лучше или хуже, чем другие?
40. Что такое тип межличностного восприятия?
41. Что представляет собой аналитический тип восприятия человека человеком?
42. В чем суть эмоционального типа межличностного восприятия?
43. На чем основан перцептивно-ассоциативный тип межличностного восприятия?
44. Что представляет собой социально-ассоциативный тип межличностного восприятия?
45. Какими должны быть ситуации, обеспечивающие правильное восприятие и оценку людей?
46. При каких условиях восприятие и понимание людей может быть правильным?
47. Какие факторы и условия мешают правильно воспринимать и оценивать людей?
48. Какое значение имеет каузальная атрибуция для правильного восприятия и понимания людей?
49. Что представляют собой основные законы межличностного восприятия?
50. Каким образом влияют социальные установки на восприятие и оценку людьми друг друга?



Литература

1. *Агеев В. С.* Психология межгрупповых отношений. — М.: МГУ, 1983. — С. 52–64.
2. *Андреева Г. М.* Психология социального познания. — М., 2000. — С. 41–99.
3. *Андреева Г. М.* Социальная психология. — М., 2006. — С. 116–136.
4. *Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р.* Социальная психология. — СПб., 2004. — С. 79–149.
5. *Битянова Н. Р.* Социальная психология. — М., 2001. — С. 131–170.
6. *Бодалев А. А.* Восприятие и понимание человека человеком. — М., 1982.
7. *Глейтман Г., Фридлунд А., Райсберг Д.* Основы психологии. — СПб., 2001. — С. 503–556.
8. *Жуков Ю. М.* Проблемы измерения точности межличностного восприятия // Вестник Московского университета. Психология, — 1987. — № 1.
9. *Знаков В. В.* Понимание в познании и общении. — Самара, 2000. — С. 89–165.
10. *Келли Г.* Процесс социальной атрибуции // Современная зарубежная социальная психология. Тексты. — М., 1984.
11. *Кукосян О. Г.* Профессия и познание людей. — Ростов-на-Дону, 1981.
12. *Лабунская В. А.* Психология затрудненного общения: Теория. Методы. Диагностика. — М., 2001.
13. *Лабунская В. А.* Экспрессия человека: общение и межличностное познание. — Ростов-на-Дону, 1999. — С. 9–107.
14. *Соловьева О. В.* Обратная связь в межличностном общении. — М., 1992.
15. *Фестингер Л.* Теория когнитивного диссонанса. — СПб., 1999. — С. 15–53.



Краткое содержание

Социально-психологические вопросы политики. Начало использования социально-психологических знаний в области политики. Область военного противостояния, пропаганды и агитации как первая сфера практического использования социально-психологических знаний. Возникновение PR-движения, его истоки и дальнейшая судьба. Сферы использования социально-психологических знаний в современной политике. Моральная сторона использования психологии в политике. Манипуляции сознанием и поведением людей в интересах отдельных политиков и политических партий. Неоднозначное отношение людей к политтехнологиям и тем, кто на этом зарабатывает деньги.

Социальная психология и право. Основные области применения социально-психологических знаний и методов в сфере правовых отношений. Содержание и методы психологической подготовки профессиональных юристов. Психологические вопросы организации и проведения дознания. Психологическое обеспечение судопроизводства. Формирование правосознания людей как область практического использования социально-психологических знаний. Применение социально-психологических знаний в работе с осужденными и с персоналом пенитенциарных учреждений в местах лишения свободы.

Социальная психология и экономика. Вопросы экономики, решаемые при помощи социально-психологических знаний и методов. Организация эффективного управления экономическими предприятиями и учреждениями. Психологическое обеспечение принятия оптимальных экономических решений. Изучение рынка сбыта выпускаемых товаров (покупательского спроса). Реклама производимых товаров. Психологическая подготовка управленческих кадров в области экономики. Социально-психологические вопросы экономической рекламы. Основные области психологической подготовки управленческих кадров для экономики.

Социальная психология и промышленное производство. Связь психологии управления и промышленной психологии с социально-психологическими знаниями. Основные социально-психологические вопросы промышленной психологии.

Социальная психология, армия и спорт. Социально-психологические проблемы и вопросы, связанные с современной армией. Социально-психологическая подготовка молодых людей призывного возраста к их будущей жизни в армейских коллективах. Подготовка командиров к их работе с подчиненными. Предупреждение и разрешение конфликтов, возникающих в армейских коллективах. Индивидуальное психологическое консультирование и разрешение проблем личного характера, появляющихся у военнослужащих. Главные социально-психологические вопросы современного спорта. Психологическое обеспечение тренировок спортсменов и повышения их профессионального мастерства. Оптимальная психологическая готовность спортсменов к соревнованиям, в частности их психологическая устойчивость. Сплочение спортивной команды, обеспечение четкого взаимодействия всех ее участников. Предупреждение и снятие межличностных конфликтов между участниками спортивной деятельности: спортсменами, тренерами, руководителями спорта.

Социальная психология и медицина. Условия и начало широкого использования социально-психологических знаний и методов в медицинской практике. Возникновение движения человеческого потенциала и его связь с медициной. Разновидности социально-психологического тренинга: Т-группы, группы тренинга сенситивности (группы встреч), группы психодрамы, гештальтгруппы, группы телесной терапии, группы игровой психотерапии, группы терапии искусством (арттерапии). Конкретные медицинские задачи, решаемые с помощью следующих групповых психотерапевтических методов: арттерапия, тренинг асертивности (тренинг уверенности в себе), гештальттерапия, группы встреч, нейролингвистическое программирование (НЛП), поведенческая психотерапия, психодрама, телесно ориентированная психотерапия.

Социальная психология и образование. Области практического использования социально-психологических знаний и методов в сфере образования. Социально-психологические аспекты учения А. С. Макаренко о детском (ученическом) и педагогическом коллективе. Применение групповых методов обучения в учебном процессе. Становление и развитие социально-педагогической психологии (В. В. Рубцов). Использование групповых методов обучения в практике преподавания иностранных языков (Г. А. Китайгородская). Управление системой образования как сфера использования социально-психологических знаний. Особенности преподавания социальной психологии в педагогических учебных заведениях.

Социально-психологические вопросы политики

В сферу политических отношений социально-психологические знания стали активно внедряться с тех пор, как были организованы и проведены первые эксперименты, показавшие, что с помощью соответствующих знаний можно оказывать определенное влияние на сознание и поведение людей. Такие эксперименты были проведены еще в годы Первой мировой войны, когда с помощью авиации стали разбрасывать пропагандистские и агитационные листовки в тылу противника. Это было фактическое начало так называемой психологической войны, то есть войны с использованием специальных средств воздействия на психологию противника.

Вскоре после окончания Первой мировой войны начинаются экспериментальные исследования процессов формирования и изменения социальных установок людей. В них проверяется влияние восприятия людьми источников информации и их отношения к данным источникам на социальные установки, зависимость социальных установок от порядка передачи информации, от представления аргументов и от аудитории. Данные, полученные в этих экспериментах, в скором времени нашли применение в практике пропаганды и агитации, которая с особой силой развернулась накануне Второй мировой войны в разных странах мира. С особым размахом эта пропаганда действовала, например, в фашистской Германии и в бывшем Советском Союзе. Ею активно занимались специальные люди и органы, которые широко использовали соответствующие социально-психологические знания.

После окончания Второй мировой войны, в ходе которой, как известно, велась не только вооруженная борьба, но и психологическая война, повышенный интерес к использованию психологии в политических целях не только сохранился, но еще более укрепился. В разных странах мира этим на профессиональной основе стали заниматься специальные органы и специально подготовленные люди.

В скором времени появляется и начинает развиваться новое направление в политической психологии, которое получило название *Public Relations* (PR-движение). Первоначально оно преследовало двоякую цель: предупреждения повторения того, что произошло накануне Второй мировой войны (одурманивание людей фашистской, националистической и иной экстремистской идеологией), и разъяснение массам людей политики правительства.

В скором времени, однако, когда воспоминания о войне стали постепенно сглаживаться в памяти и сознании людей, PR-движение превратилось в основу новой политической технологии, которую в своих

целях стали использовать политические партии и отдельные политики, например, при организации и проведении демократических выборов. Эти технологии, первоначально зародившись и получив «прописку» в Великобритании и США, затем широко распространились во всем мире. В настоящее время они широко и с успехом используются в России, что показали избирательные кампании, связанные с выборами президента и Государственной думы. Особым направлением этой работы стало так называемое «имиджмейкерство», то есть формирование положительного образа того или иного политика в сознании масс людей.

Таким образом, психология в современной политике находит практическое применение в следующих основных областях:

- использование психологических знаний в средствах массовой информации для того, чтобы пропагандировать среди населения те или иные политические идеи;
- применение психологических знаний в целях политической рекламы, например для популяризации среди масс населения тех или иных политических партий или конкретных политиков;
- воздействие на людей с помощью социально-психологических методов во время подготовки и проведения предвыборных кампаний;
- применение в межгосударственных отношениях политтехнологий, включающих в себя социально-психологические методы (этим специально занимается, например, дипломатическая психология);
- использование психологии для формирования положительного образа того или иного политика, политической партии или организации среди масс населения.

Практика показывает, что сфера использования психологических знаний в политике постоянно расширяется и в нее вовлекаются все больше людей. Некоторые из них благодаря знаниям и умелому использованию психологии добиваются своих политических целей, другие, становясь профессионалами в данной области деятельности, неплохо зарабатывают на этом (их, в частности, называют политтехнологами). В конечном счете оказывается, что от использования психологических знаний в политике выигрывает сравнительно небольшая группа людей, а остальные в лучшем случае выступают как объекты манипуляции со стороны этой группы людей, в худшем — оказываются обманутыми.

Поэтому в обществе не существует однозначного отношения к той практике использования психологии, которая сложилась на сегодняшний день. Ее, безусловно, оправдывают те люди, которые этим

профессионально занимаются и получают для себя определенные выгоды (политики и политические партии прежде всего). Немало также людей, которые к этой практике, особенно в тех случаях, когда она приобретает форму так называемого «черного» РР, относятся неодобрительно, считая ее недопустимой с нравственной точки зрения. Среди таких людей немало тех, кто относится к интеллигенции: ученых, писателей и многих других.

Моральные вопросы, связанные с политической рекламой, в современном обществе являются настолько острыми, что их специально выделяют и обсуждают в книгах и учебниках по психологии рекламы. К примеру, в известной книге А. Н. Лебедева-Любимова «Психология рекламы» (2007) эти вопросы представлены в отдельной главе, где приводится немало критических высказываний относительно нравственной стороны рекламы вообще и политической в частности. Воспроизведем только некоторые из них: реклама «обманывает людей», «разрушает сложившуюся за десятилетия, а может быть, столетия, структуру ценностей», «использует приемы прямого грубого психологического давления», «играет на доверии граждан», и ею нередко пользуются «бездарные, честолобивые люди, рвущиеся наверх, использующие нечестно нажитые деньги, связи и доступ к средствам массовой информации»¹.

Социальная психология и право

Отношение людей к использованию социально-психологических знаний в области правовых и других социальных отношений намного более положительное, чем к применению этих же знаний в области политики. Здесь речь идет о том, чтобы, опираясь на соответствующие знания, свести к минимуму преступность. Считается, что социально-психологические знания стали применяться в практике с того времени, когда появилась и достигла определенных успехов юридическая психология.

В настоящее время наметились следующие основные области применения социально-психологических знаний и методов в юридической практике.

1. Психологическая подготовка будущих юристов в соответствующих учебных заведениях (юридических вузах и на юридических факультетах).
2. Психологическое обеспечение судопроизводства.

¹ Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы. – М.; СПб., 2007. – С. 346–347.

3. Использование психологических знаний в области формирования правосознания людей.
4. Применение психологии в местах лишения свободы, например в практике перевоспитания осужденных.

Рассмотрим указанные выше области практического использования социально-психологических знаний более подробно.

Психологическая подготовка современных юристов включает в себя краткое изучение общей психологии как базовой научной дисциплины, необходимое для освоения других областей современной психологии, а также обстоятельное изучение курсов социальной и юридической психологии. Иногда в качестве дополнительных дисциплин на факультативной основе юристам преподаются также медицинская психология и другие, в том числе специальные, области психологии.

Психологическое обеспечение судопроизводства включает в себя использование социально-психологических знаний в практике проведения дознания (расследования совершенных преступлений). Этими знаниями, прежде всего, должны владеть следователи, поскольку им приходится непосредственно иметь дело с людьми, причастными к преступлениям: подозреваемыми, свидетелями, потерпевшими и другими. К таким людям необходим особый подход, рассчитанный на получение от них объективной и достоверной информации о совершенном преступлении. Здесь практически полезными могут оказаться социально-психологические знания, касающиеся восприятия и понимания людьми друг друга, оказания влияния на людей, и другие.

Кроме того, нуждается в социально-психологических знаниях и сама практика организации и проведения суда. Здесь важно обеспечить условия, которые гарантируют установление истины, защиту свидетелей, объективность рассмотрения дела и принятие судом справедливого решения. Известно, к примеру, что на судей может оказать впечатление личность выступающего (прокурора, защитника, обвиняемого, потерпевшего, свидетелей), поэтому важно свести к минимуму всякого рода субъективные влияния на решение, принимаемое судом. Как следователям, так и судьям важно знать, какое влияние эмоции, установки и предубеждения людей могут оказывать на их суждения, уметь распознавать на практике, когда человек говорит правду, а когда скрывает ее, когда он искренен и когда лукавит.

Достаточно широки возможности социальной психологии в деле формирования правосознания людей. Правовые нормы являются одной из разновидностей социальных норм. Они, в свою очередь, изучаются в социологии и социальной психологии. Социальные психологи

исследуют процесс становления и изменения социальных норм, рассматривают социальные нормы, их включение в структуру личности и в регуляцию ее поведения. Знания и методы, касающиеся социально-психологических закономерностей формирования и изменения социальных норм, могут использоваться в практике работы с людьми с девиантным поведением, склонными к правонарушениям, а также с теми, кто уже нарушил соответствующие социальные и правовые нормы. На основе этих знаний может строиться, например, практика правового воспитания детей, формирование правосознания взрослых людей.

С этой сферой деятельности смыкается и работа психологов, которые непосредственно трудятся в местах лишения свободы, работают как с осужденными, так и с персоналом пенитенциарных учреждений. Здесь могут быть использованы знания и методы, заимствованные из самых разных областей социальной психологии: психологии личности, психологии малых групп, психологии лидерства, психологии общения, психологии восприятия и понимания людьми друг друга. Кроме того, здесь могут быть задействованы многие методы собственно практической психологии, включая приемы индивидуальной и групповой психологической работы с людьми.

Социальная психология и экономика

Экономика также стала областью широкого применения социально-психологических знаний и методов работы. В ней с помощью соответствующих знаний и методов решаются следующие основные вопросы:

- организация эффективного управления;
- психологическое обеспечение принятия оптимальных решений;
- изучение рынка сбыта выпускаемых товаров (покупательского спроса);
- реклама выпускаемых товаров;
- подготовка управленческих кадров в сфере экономики.

Под организацией эффективного управления предполагается решение с помощью социальной психологии следующих частных вопросов, имеющих отношение к экономике: подбор управленческих кадров, организация и проведение конкурсов на замещение вакантных должностей управленцев, подготовка управленческих кадров, руководителей разного уровня к практической работе с людьми.

Важной сферой приложения социально-психологических знаний в экономике является обеспечение эффективной деятельности управленческих и производственных групп и коллективов. Здесь весьма

полезными могут оказаться знания из области научных исследований эффективности групповой деятельности, включая определение оптимальной величины, композиции, каналов коммуникаций в группе, установление распределения ролей, стиля руководства и регуляции межличностных отношений. По всем этим и другим вопросам социальная психология эффективной групповой деятельности располагает конкретными рекомендациями, которые могут быть использованы в управленческой практике.

Немало социально-психологических проблем и вопросов возникает в области принятия экономических решений. Эта тема волнует экономистов начиная с XVIII века, однако социально-психологические знания в этой области стали использоваться только с XX столетия. Еще в первой половине этого века были предложены основанные на социально-психологических знаниях способы организации групповой работы, рассчитанные на принятие оптимальных решений. Это, прежде всего, техника брейнсторминга и синектика. Здесь напрямую применяются знания, касающиеся социальной психологии личности и малых групп. С их учетом осуществляется подбор специалистов в дискуссионные группы и проведение их практической работы. Жизнь показывает, что экономическая отдача от такой работы достаточно большая.

Изучение рынка сбыта выпускаемых товаров, в частности покупательского спроса, также предполагает использование социально-психологических знаний. Это, прежде всего, знания, касающиеся мотивации социального поведения людей, так как приобретение тех или иных товаров, пользование теми или иными услугами в обществе выступает как одна из форм социального поведения человека. Здесь также могут оказаться полезными сведения из области общения и восприятия людьми друг друга, а также касающиеся научных исследований психологии масс, включая процессы взаимовлияния людей, такие, например, как заражение, подражание и внушение. Наконец, известно, что по мере роста или психологического развития человека меняются его духовные интересы и материальные запросы. С их учетом должно строиться производство тех или иных товаров, разрабатываться область научных исследований, которые касаются социально-экономического прогнозирования.

Одной из основных сфер использования социально-психологических знаний в современной экономике является реклама. Здесь за последние годы даже выделилась особая прикладная сфера социально-психологических знаний — психология рекламы. Более чем половина психологических знаний, применяемых в этой области, — именно социально-психологические знания. Они используются при решении следующих связанных с рекламой вопросов: изучение особенностей

реагирования разных групп людей на коммерческую рекламу; выработка рекомендаций рекламодателям и рекламистам по учету этих особенностей в производстве рекламы; выбор времени представления и места размещения рекламы; использование в рекламе таких средств воздействия на людей, как внушение, подражание и убеждение; обсуждение и решение вместе с рекламодателями и рекламистами морально-этических и других вопросов, связанных с рекламой.

Что касается подготовки управленческих кадров в сфере экономики, то здесь социально-психологические знания и методы используются следующим образом. Во-первых, будущие руководители экономики получают определенные социально-психологические знания еще в то время, когда они обучаются в высших учебных заведениях. Во-вторых, значительный объем дополнительных психологических знаний они приобретают в процессе повышения своей профессиональной квалификации будучи руководителями. В-третьих, для управленческих кадров написано немало научно-популярной литературы, позволяющей им повышать уровень психологической подготовки. В-четвертых, с ними проводится немало социально-психологических тренингов, в ходе которых их обучают правильному восприятию людей, общению с ними и многим другим вещам, предполагающим знание социальной психологии.

Социальная психология и промышленное производство

В последние несколько десятков лет из социальной психологии выделились две области прикладных научных знаний, имеющие отношение к промышленному производству: психология управления и промышленная психология. В их основе лежат именно социально-психологические знания. Психология управления использует, например, знания о стилях лидерства. Здесь они интерпретируются как стили управления или стили руководства, и на их основе вырабатываются практические рекомендации, касающиеся совершенствования стилей управления людьми. Кроме того, в психологии управления ставятся и решаются вопросы, касающиеся подбора управленческих кадров по социально-психологическим характеристикам людей, организации и проведения их тестирования. Психология управления включает в себя также процедуры принятия управленческих решений с учетом рекомендаций психологов.

Если взять чисто практический, прикладной аспект психологии управления, то в нем имеются рекомендации, касающиеся различных моментов работы с управленческими кадрами, начиная с подбора кандидатов на управленческие должности и заканчивая проверкой профессиональ-

ной пригодности уже работающих управленческих кадров, а также повышением их квалификации. Все эти вопросы решаются с ориентацией на социально-психологические знания и методы.

Промышленная психология касается использования психологических знаний в организации производства. Здесь возникают и решаются следующие типичные вопросы:

- организация совместного (коллективного) труда людей непосредственно на их рабочих местах;
- оптимизация системы стимулирования работы людей (мотивация их совместной трудовой деятельности с применением социально-психологических методов);
- подбор новых работников в уже действующие или вновь создаваемые трудовые коллективы;
- повышение уровня социально-психологического развития (сплоченности, работоспособности) трудовых коллективов;
- повышение эффективности производственной и иной деятельности трудовых коллективов;
- оптимизация руководства и лидерства в трудовых коллективах;
- налаживание межгрупповых отношений и межгруппового взаимодействия первичных трудовых коллективов и промышленных организаций.

Социальная психология, армия и спорт

Современная армия и профессиональный спорт не только опираются на социально-психологические знания, но давно уже располагают собственными и достаточно разветвленными психологическими службами. Их основной задачей является решение социально-психологических проблем, которые возникают в этих современных сферах деятельности людей.

Приведем примеры тех проблем, которые могут возникать в современной армии и нуждаются в соответствующем социально-психологическом обеспечении.

1. Социально-психологическая подготовка молодых людей призывного возраста к их будущей жизни в армейских коллективах.
2. Социально-психологическая подготовка командиров к их работе с подчиненными.
3. Предупреждение и разрешение конфликтов, которые могут возникнуть в армейском коллективе.
4. Индивидуальное психологическое консультирование и решение проблем личного характера, возникающих у военнослужащих.

Помощь психолога в обеспечении подготовки молодых людей к службе в вооруженных силах касается прежде всего социально-психологической адаптации новобранцев к строгим условиям армейской жизни, которые отличаются от жизни гражданской. Это и строгая армейская дисциплина, и армейский режим жизни, и длительная изоляция от гражданского общества, долгое нахождение на территории соответствующей воинской части, полное самообслуживание и многое другое. Во всех этих и других вопросах службы в армии есть немало собственно социально-психологических аспектов, поскольку военнотружущим срочной службы постоянно необходимо находиться в армейском коллективе и взаимодействовать с его участниками, командирами и сослуживцами.

Психологическая подготовка самих командиров к работе с подчиненными также необходима. Она включает в себя решение немалого количества социально-психологических вопросов. Это, в частности, выбор оптимального стиля руководства армейским коллективом. Хотя в армии по уставу официально принят авторитарный стиль управления, однако он не только допускает демократические отношения командиров с подчиненными, но и предполагает наличие таких взаимоотношений, поскольку только авторитарными методами руководства не многого можно добиться даже в условиях армии. Кроме того, в армейских коллективах между людьми нередко возникают весьма напряженные отношения и для того, чтобы их разрешить, командир должен знать психологию межличностных конфликтов.

В воинских подразделениях могут возникать и проблемы личного характера. К армейскому психологу за консультацией по вопросам, касающимся личных проблем, могут обратиться и военнотружущие, состоящие в штатах воинского подразделения, и военнотружущие срочного призыва. Этих проблем у них, как показывает практика, довольно много. Они могут касаться и адаптации к условиям воинской службы, и взаимоотношений в первичных воинских подразделениях, и сугубо личного — того, что осталось после «гражданки» или возникло во время воинской службы. Эти проблемы не принято выносить на публичное обсуждение, и они в армии решаются конфиденциально с помощью консультаций со стороны армейских психологов.

Немало проблем и вопросов социально-психологического характера возникает и в области спорта. Основные из них следующие.

1. Психологическое обеспечение тренировок спортсменов и повышения их профессионального мастерства.
2. Обеспечение оптимальной психологической готовности спортсменов к соревнованиям, в частности их психологической устойчивости.

3. Сплочение спортивной команды, обеспечение четкого взаимодействия всех ее участников.
4. Предупреждение и снятие межличностных конфликтов между всеми участниками спортивной деятельности: спортсменами, тренерами, руководителями спорта.

Все эти задачи решаются с помощью социально-психологических знаний и при участии спортивных психологов. Например, во время тренировок в одном и том же спортивном зале может находиться немалое количество спортсменов, особенно если речь идет не об индивидуальных, а об игровых видах спорта. Между ними как командами или личностями складываются определенные отношения. Если эти отношения благоприятные, то это способствует проведению тренировочных занятий, а если неблагоприятные, то может создавать серьезные препятствия для тренировок. Общая психологическая атмосфера, царящая в спортивном зале во время тренировок, безусловно, сказывается на их качестве и результатах. Поэтому и сам тренер, и его помощник — социальный психолог — должны владеть соответствующими социально-психологическими знаниями и приемами, позволяющими им создавать во время тренировок благоприятный социально-психологический климат.

Иногда в сложных видах спорта, таких, например, как спортивная гимнастика, акробатика, прыжки на батуте, прыжки в воду и ряде других, спортсменам приходится разучивать новые и опасные для их жизни упражнения. В этом время им особенно необходима психологическая поддержка со стороны тех, кто в данный момент времени находится в спортивном зале. Здесь также есть широкое поле для практического использования разнообразных социально-психологических знаний.

Для тех, кто занимается спортом, особенно профессиональным, хорошо известна проблема психологической готовности и психологической устойчивости спортсменов во время соревнований. Из-за этого многие известные и талантливые спортсмены не могут добиться высоких результатов. Общеизвестно, что хорошую психологическую готовность и психологическую устойчивость спортсменов можно обеспечивать во время тренировок и с помощью соответствующих социально-психологических методов укреплять во время соревнований, например, при помощи коллективной поддержки того или иного спортсмена или за счет создания на тренировках обстановки, приближенной к условиям соревнований.

Чрезвычайно важную роль в командных игровых видах спорта играют взаимоотношения и взаимопонимание, сложившиеся в команде. Достаточно в команде возникнуть конфликту всего лишь между двумя

игроками, и вся команда может не справиться с поставленной перед ней задачей. Поэтому здесь возникает немало вопросов социально-психологического характера, связанных со сплочением спортивной команды, с ее превращением в высокоразвитый спортивный коллектив.

Многие, кто интересуется спортом, хорошо знают, что в этом виде деятельности между людьми нередко возникают острые конфликты. Они объясняются не только тем, что данная сфера деятельности высококонкурентная по своей природе и, следовательно, потенциально конфликтная, но также и тем, что здесь (особенно в спорте высших достижений) на кон поставлены значительные материальные интересы и люди трудятся на пределе своих физических и психологических возможностей. Конфликты, которые возникают в спорте, мешают его участникам добиваться высоких результатов. Здесь профессиональная работа психологов должна быть направлена на предупреждение и эффективное разрешение межличностных конфликтов.

Социальная психология и медицина

Психологические знания в области медицины стали использоваться еще с конца XIX века. В то время, однако, социальная психология как развитая наука не существовала, она делала только первые шаги. Поэтому в возникшей в те годы клинической психологии главным образом применялись общепсихологические знания и методы.

В первой половине XX века шло активное развитие самой социальной психологии, а к 40–50-м годам она достигла уже такого уровня развития, что стало возможным широкое использование социально-психологических знаний и методов в медицинской практике. Примерно в 30–40-е годы XX века берет свое начало «движение человеческого потенциала», зародившееся в США и затем распространившееся во всем мире (в России оно становится популярным в 80-е годы XX века). Основу этого движения составили группы социально-психологического тренинга (у нас в стране их поначалу называли группами активного обучения), или психотерапевтические группы, собиравшие людей, у которых возникли какие-либо жизненные проблемы психологического характера. С этими людьми под руководством ведущего (тренера) проводилась специальная работа в группах, направленная на уточнение и решение проблем, с которыми люди сталкиваются в своей жизни.

Считается, что начало движению человеческого потенциала было положено американскими социальными психологами Я. Морено и К. Левином, которые в середине 40-х годов выступили с идеей организации

специальных психотерапевтических групп, рассчитанных на оказание помощи людям в решении их личных проблем. Это движение быстро набрало силу и стало весьма популярным по окончании Второй мировой войны. Оно привлекло в свои ряды немалое количество творческих людей, среди которых оказались психологи, психотерапевты и специалисты иного профиля. Они создали много различных вариантов психотерапевтических групп, отличающихся друг от друга по целям, содержанию работы, применяемым методам работы с клиентами, но преследующих общие цели: оказание психологической помощи людям.

К последней четверти XX века существовало уже более десятка разновидностей психотерапевтических групп, основными из которых оказались следующие.

1. Группы социально-психологического тренинга (Т-группы).
2. Группы тренинга сенситивности (группы встреч).
3. Группы психодрамы.
4. Гештальтгруппы.
5. Группы телесной терапии.
6. Группы игровой психотерапии.
7. Группы терапии искусством.

При многих различиях между ними в плане оказания практической психологической помощи людям эти группы решают следующие основные задачи:

- уточнение тех проблем, с которыми в своей жизни столкнулся человек (их психодиагностика);
- изучение личности с целью самопознания человека;
- исследование отношений человека с окружающими людьми;
- поиск решения тех проблем, с которыми он столкнулся в своей жизни;
- реализация, контроль и проверка эффективности найденного решения;
- закрепление позитивных изменений личности и поведения человека, которые произошли в процессе работы с ним в психотерапевтической группе.

В свою очередь, круг типичных проблем социально-психологического характера, с которыми сталкиваются люди, чаще всего становящиеся участниками психотерапевтических групп, является следующим:

- неудовлетворенность собой в общении (и во взаимоотношениях) с окружающими людьми;
- отсутствие взаимопонимания;

- неуверенность в себе;
- повышенный уровень тревожности;
- низкая самооценка;
- конфликты с людьми;
- неумение вступать в контакты с людьми, общаться с ними.

Хотя эти проблемы больше относятся к личностным и межличностным, большинство из них решается с помощью методов социально-психологического тренинга в условиях специальным образом организованного группового психотерапевтического общения.

Тесная связь социальной психологии с медициной возникла именно благодаря «движению человеческого потенциала». Те методы работы с людьми, которые были в нем предложены, оказались созвучными задачам психотерапии неврозов и, когда они возникли в практической психологии, сразу же стали применяться и в психотерапии. Не случаен тот факт, что они получили название методов групповой психотерапии и с тех пор часто упоминаются в трудах психотерапевтов. К примеру, в психотерапевтической энциклопедии под редакцией Б. Д. Карвасарского (1998) в качестве психотерапевтических называются такие методы психологического воздействия, первоначально предназначенные для решения не медицинских, психокоррекционных задач, как арттерапия (терапия искусством), ассертивный тренинг (тренинг уверенности в себе), гештальттерапия, групповая дискуссия, группы встреч, нейролингвистическое программирование, поведенческая психотерапия, психодрама, телесно-ориентированная психотерапия и ряд других подобных методов.

Групповая психотерапия определяется как метод, «специфика которого заключается в целенаправленном использовании групповой динамики»¹, а групповой динамикой, как мы уже знаем, называют социально-психологическое учение, созданное психологом К. Левином. С психотерапевтической точки зрения групповая динамика, по Леви-ну, «рассматривается как научная основа психотерапевтического процесса в группе, поскольку в терапевтических группах находят свое выражение все групповые процессы»².

Специфика групповой психотерапии заключается в целенаправленном использовании групповой динамики в лечебных, психотерапевтических целях.

¹ Психотерапевтическая энциклопедия / Под ред. Б. Д. Карвасарского. — СПб., 1998. — С. 103.

² Психотерапевтическая энциклопедия / Под ред. Б. Д. Карвасарского. — СПб., 1998. — С. 99.

Если характеризовать конкретно медицинские психотерапевтические задачи, которые решаются при помощи названных выше методов групповой психотерапии, то они выглядят следующим образом.

1. С помощью арттерапии (группы терапии искусством), которая, по мнению специалистов-психотерапевтов, имеет седативную, активизирующую, катарсическую и иную направленность, можно снижать уровень агрессивности, повышать самооценку человека, его адаптационные способности в повседневной жизни.
2. Тренинг асертивности (тренинг уверенности в себе) обеспечивает, по мнению психотерапевтов, свободу от так называемого «социального страха» и торможения, редукцию агрессивного поведения, предопределяет исчезновение поводов для агрессии.
3. Гештальттерапия — один из немногих методов психологического воздействия, разработанных врачами-психиатрами (Ф. Перлзом — врачом и психоаналитиком по образованию). Он, следовательно, изначально был приспособлен для решения психотерапевтических задач. В упомянутой выше психотерапевтической энциклопедии гештальттерапии приписываются следующие психотерапевтические функции: избавление человека от невротических защитных механизмов; интеграция фрагментированных частей личности, то есть придание ей целостного характера, преодоление «шести уровней невроза». К ним относятся уровень фальшивых отношений, уровень игр и ролей, фобический уровень (уровень страхов), уровень безнадежности (жизненного тупика), уровень внутреннего смятения и отчаяния и уровень эмоционального взрыва (самовыражения). Особое внимание уделяется развитию у пациента готовности принимать решения и делать самостоятельный выбор. При лечении неврозов гештальттерапия считается наиболее эффективным методом.
4. Группы встреч с психотерапевтической точки зрения трактуются как оказание содействия росту личности через самоактуализацию. Психотерапевты считают, что участие в работе групп встреч усиливает чувствительность человека к важным оттенкам межличностных отношений, повышает его самооценку, уменьшает отчужденность.
5. Психотерапевтический эффект нейролингвистического программирования (НЛП) оценивается специалистами-психотерапевтами следующим образом. Эта техника направлена на изменение стереотипов мышления, которые, будучи представленными в языковой форме, на подсознательном уровне влияют на поведение

человека, в том числе такое, которое связано с невротическими состояниями. Соответственно предполагается, что техника НЛП «перепрограммирует» человека на подсознательном уровне.

6. Терапевтический эффект поведенческой психотерапии близок к тому эффекту, который на пациентов оказывает НЛП (не случайно НЛП считают реализацией в психотерапии необихевиристской ориентации в психологии). Разница между ними заключается в том, что в поведенческой психотерапии никакого «программирования» пациента, тем более на подсознательном уровне, не производится, а вся работа направлена на создание и подкрепление нужных форм поведения.
7. Автор психодрамы, Я. Морено, был по базовому образованию врачом-психиатром. Следовательно, создавая свой метод, он его изначально ориентировал на психотерапевтическую практику. Современные психотерапевты полагают, что этот метод полезен при лечении больных с нервно-психическими расстройствами и психосоматическими заболеваниями.
8. Телесно-ориентированная психотерапия непосредственно исходит из распространенной в медицине точки зрения, согласно которой все заболевания так или иначе связаны с тем, что происходит в организме. Следовательно, нормализация функций организма одновременно в состоянии избавить человека от проблем психологического характера, в частности от неврозов. Такая форма психотерапии используется для лечения психосоматических расстройств, направлена на преодоление так называемых преморбидных качеств личности пациента с психосоматическими нарушениями. В качестве ее научной основы выступает биопсихосоциальная концепция пограничных нервно-психических и психосоматических расстройств.

Социальная психология и образование

Еще одна область применения социально-психологических знаний — современное образование. Здесь можно назвать следующие основные области практического использования этих знаний.

1. Воспитание человека как личности в группе (в коллективе).
2. Групповые методы обучения.
3. Управление педагогическим процессом.
4. Взаимодействие и взаимоотношения участников педагогического процесса.

5. Преподавание социальной психологии в школе и других учебных заведениях.

Традиции воспитания, сложившиеся в России, всегда имели коллективные формы. Они нашли отражение в работах известных отечественных педагогов, например в трудах А. С. Макаренко. Его педагогическое учение возникло и развивалось в годы советской власти, и это не могло не сказаться на нем. Вместе с тем в учении Макаренко о воспитании личности в коллективе и через коллектив есть немало ценного и для современности. В Японии, например, до сих пор специально изучают педагогическое наследие этого великого ученого для того, чтобы им воспользоваться в национальной практике воспитания детей.

Сам А. С. Макаренко в своих трудах, как известно, широко применял понятие «коллектив» и трактовал его как высокоразвитую в социально-психологическом отношении группу. Не будучи социальным психологом, он интуитивно постиг многие групповые процессы и умело использовал их в своей педагогической системе. Начавшиеся впоследствии социально-психологические исследования коллектива перекинули своеобразный мостик между педагогической теорией и практикой применения групповых процессов в целях воспитания. Эта практика, незаслуженно забытая в наши дни, к счастью, постепенно возвращается и открывает широкие возможности для применения социально-психологических знаний о малых группах и коллективах в сфере воспитания. В качестве примера можно назвать научные труды и практическую работу в этом направлении, развернувшиеся по инициативе Л. И. Уманского и А. Н. Лутошкина.

Групповые методы обучения, основанные на социально-психологических знаниях, нашли широкое применение в средней и высшей школе. В средней школе они используются в практике организации и проведения уроков. Например, класс разделяется на подгруппы, каждая из них получает свое задание, справляется с ним, а затем проводится коллективное обсуждение того или иного вопроса всем классом. Дети в этих условиях могут брать на себя роли лидеров и руководить процессом группового или коллективного обсуждения соответствующей задачи.

Такие методы организации и проведения школьных занятий стали настолько популярными, что родилось специальное направление в школьной педагогической практике, получившее название «социально-педагогическая психология». Ее создатель — В. В. Рубцов — не без оснований утверждает, что социальные взаимодействия играют решающую роль в процессе обучения и развития, в частности в развитии мышления детей.

В высшей школе групповые методы обучения нашли широкое применение в практике преподавания иностранных языков. Между студентами во время занятий распределяются роли, формируется сценарий совместной групповой работы, который реализуется участниками группы в непосредственном общении на изучаемой языке. К примеру, широкое распространение в нашей стране получила система группового обучения иностранным языкам, разработанная Г. А. Китайгородской и основанная на использовании разнообразных социально-психологических знаний.

Психология управления педагогическими коллективами касается примерно тех же вопросов, которые обсуждаются в тех случаях, когда речь идет об управлении или руководстве вообще. Однако педагогические коллективы или группы людей, работающие в сфере образования, имеют свою специфику, которую необходимо учитывать в руководстве такими коллективами. Эта специфика состоит в том, что стиль и методы руководства должны выбираться с учетом тех задач, которые стоят перед такими группами и коллективами. Это образовательные и воспитательные задачи, и они в деятельности таких социальных формирований находятся на первом месте.

Взаимодействие и взаимоотношения участников педагогического процесса происходят в таких же социально-психологических условиях, как взаимодействие и взаимоотношения участников любого другого социального процесса. Поэтому все, что касается взаимодействия людей в других социальных группах, их восприятия друг друга и взаимоотношений, распространяется и на педагогический процесс (с учетом сделанной выше оговорки о его специфике).

Особая прикладная психолого-педагогическая задача социальной психологии — ее преподавание в педагогических учебных заведениях разного типа. Так сложилось, что в нашей стране социальная психология как отдельная наука до 70-х годов XX века практически не разрабатывалась, однако как только она оказалась признанной и получила официальную «прописку», ее почти сразу же стали преподавать во многих вузах. Это прежде всего педагогические, юридические, военные, спортивные и другие высшие учебные заведения. Кроме того, элементы социальной психологии, как обязательные, проникли в интегрированные курсы психологии, изучаемые в средних специальных учебных заведениях и в школах.

В связи с этим возникло сразу несколько вопросов, касающихся преподавания и изучения социальной психологии, в том числе следующие.

1. В каких учебных заведениях следует изучать данную дисциплину?
2. Какой должна быть программа и количество часов, отводимых на ее изучение?
3. На каких курсах (в каких классах школы) целесообразнее всего ее изучать?
4. Каким должно быть соотношение теории и практики в содержании учебного курса социальной психологии?

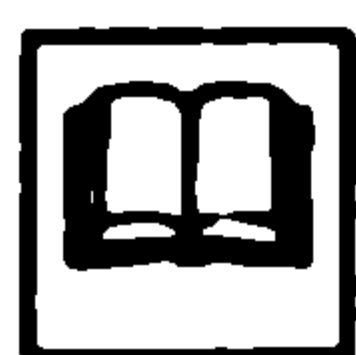
Пока что на эти вопросы специалисты отвечают по-разному. Более того, разнятся и государственные стандарты, на основе которых строится преподавание социальной психологии в тех высших учебных заведениях, где готовят профессиональных психологов. Эти стандарты, как показывает практика, не включают в себя многого из того, что в последние годы нашло отражение в опубликованной в нашей стране и за рубежом научной и учебной литературе по социальной психологии. Все это объясняется бурным развитием данной науки и ее прикладных областей, которое, естественно, опережает любые формы стандартизации образовательных программ.

? Контрольные вопросы

1. Когда и в каких условиях началось использование социально-психологических знаний в области политики?
2. В какой сфере деятельности впервые были практически использованы социально-психологические знания?
3. Что такое PR-движение, когда, где и в каких условиях оно возникло?
4. Как изменилась впоследствии сфера использования PR-технологий?
5. Основные сферы использования социально-психологических знаний в современной политике.
6. Какие моральные проблемы возникают в связи с использованием социально-психологических знаний в политических целях?
7. Почему политтехнологии рассматриваются как манипуляции сознанием и поведением людей в интересах отдельных политиков и политических партий?
8. В чем заключается неоднозначное отношение людей к политтехнологиям и к тем, кто на этом зарабатывает деньги?
9. В каких сферах правовых отношений в настоящее время используются социально-психологические знания и методы?
10. Что включает в себя психологическая подготовка профессиональных юристов?

11. Что представляет собой психологическое обеспечение проведения дознания?
12. Каким образом психологически обеспечивается судопроизводство?
13. Какие социально-психологические вопросы могут возникать в практике формирования правосознания людей?
14. Как применяются социально-психологические знания в работе с осужденными и с персоналом пенитенциарных учреждений в местах лишения свободы?
15. Какие вопросы решаются в экономике за счет применения социально-психологических знаний и методов?
16. Как используются психологические знания в практике организации эффективного управления экономическими предприятиями и учреждениями?
17. Что представляет собой психологическое обеспечение принятия оптимальных экономических решений?
18. Как изучается рынок сбыта выпускаемых товаров (покупательский спрос) с помощью социально-психологических знаний?
19. Каким образом психологические знания используются в рекламе производимых товаров?
20. Что представляет собой социально-психологическая подготовка управленческих кадров в области экономики?
21. Какие социально-психологические вопросы возникают в области экономической рекламы?
22. Каким образом используются социально-психологические знания в практике подготовки управленческих кадров для экономики?
23. Что представляют собой связи социальной психологии с психологией управления и промышленной психологией?
24. Каковы основные социально-психологические вопросы промышленной психологии?
25. Какие социально-психологические проблемы и вопросы возникают в современной армии?
26. Что включает в себя социально-психологическая подготовка молодых людей к армейской службе?
27. Каким образом социально-психологические знания используются при подготовке командиров к их работе с подчиненными?
28. Как социальная психология применяется в практике предупреждения и разрешения конфликтов, возникающих в армейских коллективах?
29. Что представляет собой индивидуальное психологическое консультирование, связанное с решением проблем личного характера военнослужащих?
30. Каковы главные социально-психологические проблемы современного спорта?

31. Что включает в себя психологическое обеспечение тренировок спортсменов и повышения их профессионального мастерства?
32. Что с психологической точки зрения означает оптимальную готовность спортсменов к соревнованиям?
33. Каковы социально-психологические вопросы сплочения спортивной команды, обеспечения четкого взаимодействия всех ее участников?
34. Как используются социально-психологические знания для предупреждения и снятия межличностных конфликтов между участниками спортивной деятельности?
35. Когда и при каких условиях социально-психологические знания и методы стали широко использоваться в медицинской практике?
36. Каким образом было связано с медициной движение человеческого потенциала, возникшее в 30–40-е годы XX века?
37. Каковы основные разновидности групп социально-психологического тренинга (психотерапевтических групп)?
38. Какие общие задачи решаются всеми психотерапевтическими группами?
39. Какие конкретные медицинские задачи решает арттерапия?
40. Что дает в медицине применение тренинга ассертивности (тренинг уверенности в себе)?
41. Какие задачи в клинической практике решает гештальттерапия?
42. Какова психотерапевтическая отдача групп встреч?
43. Чем полезно нейролингвистическое программирование (НЛП) для медицинской практики?
44. Какие проблемы решает поведенческая психотерапия?
45. С какой целью в медицине используется психодрама?
46. Каков терапевтический эффект телесно-ориентированной психотерапии?
47. Что представляют собой области практического использования социально-психологических знаний в сфере образования?
48. Каковы социально-психологические аспекты учения А. С. Макаренко о детском (ученическом) и педагогическом коллективе?
49. Каким образом применяются групповые методы обучения в учебном процессе?
50. Что такое социально-педагогическая психология, кто является ее основателем?
51. Каким образом применяются групповые методы обучения в высшей школе, например в практике преподавания иностранных языков (Г. А. Китайгородская)?
52. Как применяются социально-психологические знания в управлении образованием?
53. Каковы особенности преподавания социальной психологии в педагогических учебных заведениях?



Литература

1. *Андреева Г. М.* Социальная психология. — М., 2006. — С. 308–344.
2. *Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р.* Социальная психология. — СПб., 2004. — С. 475–548.
3. Введение в практическую социальную психологию / Под ред. Ю. М. Жукова, Л. А. Петровской, О. В. Соловьевой. — М., 1997. — С. 7–214.
4. *Джуэлл Л.* Индустриально-организационная психология. — СПб., 2001. — С. 18–39.
5. *Майерс Д.* Социальная психология. — СПб., 1997. — С. 398–432.
6. *Рубцов В. В.* Основы социально-генетической психологии. — М.; Воронеж, 1996. — С. 10–28.
7. *Сандомирский М. Е.* Психология коммерции. — М., 2006. — С. 7–18, 90–93.
8. *Свеницкий А. Л.* Психология управления организациями. — СПб., 1999. — С. 9–19.
9. *Семенов В. Е.* Социальная психология искусства. — Л., 1988.
10. Социальная психология / Под ред. А. Н. Сухова, А. А. Деркача. — М., 2002. — С. 310–392, 564–595.
11. *Фопель К.* Консультирование и тренинг организаций. — М., 2005. — С. 9–39.

СЛОВАРЬ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ПОНЯТИЙ

Абсолют культурный — ценность (или система ценностей), которую представители определенной культуры считают наиболее важной и в значимости которой они не сомневаются.

Абсолютизм культурный — 1. Научно-методологический подход в этнопсихологических исследованиях, в котором подчеркивается необходимость искать, описывать и объяснять не столько то, что разделяет и различает народы (этносы), сколько то, что их объединяет или сближает. 2. Позиция, согласно которой существуют некоторые общечеловеческие нормы и формы культуры, позволяющие сравнивать и оценивать разные культуры, устанавливая, например, какая из них лучше или хуже, или бóльшую или мёньшую степень их развития. Позиция, противоположная культурному абсолютизму, называется культурным релятивизмом.

Автономия — самостоятельность, независимость человека, его способность и готовность вести себя так, как он сам считает нужным, не поддаваясь влиянию или психологическому давлению со стороны других людей, действуя в полном соответствии с собственными взглядами и убеждениями.

Автономия группы — способность социальной группы оставаться относительно независимой от влияний, оказываемых на нее извне со стороны отдельных людей, других социальных групп или общества в целом.

Авторитаризм — 1. Социально-политическая система, основанная на подчинении личности государству или его лидерам. 2. Социальная установка или черта личности, характеризующаяся уверенностью в том, что в обществе должна существовать строгая и безусловная преданность, беспрекословное подчинение людей авторитетам и властям.

Авторитаризма измерение — способы количественной оценки авторитаризма как черты личности, определяемые с помощью различных шкал. Соответствующие шкалы были созданы в США в период с 1940 по 1950 год, сразу по окончании Второй мировой войны, когда в сознании и памяти людей еще были свежи воспоминания о преступлениях фашистов. Эти шкалы измеряли так называемые черты авторитарной личности. Наиболее известные из них: Р-Е-С-шкала для оценки политического консерватизма, F-шкала для оценки склонности к фашизму (вначале она так и называлась «шкалой фашизма», но затем была переименована в «шкалу антидемократизма»), А-S-шкала для измерения антисемитизма.

Авторитарность — черта личности, характеризующая властного человека, который не терпит возражений, стремится подчинить себе людей, единолично управлять их действиями и поступками.

Авторитарный (властный, директивный) — характеристика человека или его поведения в отношении других людей, которая подчеркивает склонность данного человека пользоваться недемократическими (авторитарными) методами воздействия на людей: оказывать на них давление, отдавать приказы, распоряжения, наказывать, поощрять, ограничивать свободу действий людей и т. п.

Авторитет -- 1. Признание, уважение человека со стороны других людей, его способность оказывать влияние на их мнения и поведение, а также быть для этих людей образцом для подражания и источником идей, ценностей, норм морали, форм поведения. 2. Человек, занимающий лидирующее, главенствующее положение в какой-либо группировке, например в сообществе преступников.

Авторитет легальный (легитимный) — влияние, власть и права, обеспеченные человеку законом (полученные им на законной основе). Легальный авторитет используется человеком, наделенным властью, с целью контроля и регулирования определенных социальных функций. Иногда такой авторитет также называют разумно-легальным авторитетом.

Авторитет нелегальный (нелигитимный) — влияние, власть и права, полученные человеком незаконным путем, с помощью обмана, подлога или силы, поддержанные с его стороны соответствующей системой поощрений или наказаний тех людей, в глазах которых данный человек пользуется авторитетом.

Авторитет рациональный (разумный) — влияние, власть и права человека, обусловленные главным образом его знаниями или способностями. Такой авторитет человека поддерживается и сохраняется благодаря его очевидным внутренним достоинствам, а не за счет каких-либо внешних сил, например не в силу того, что этот человек пользуется покровительством влиятельных людей или имеет возможность оказывать административное, материальное, политическое или иное давление на окружающих его людей.

Авторитет традиционный (традиционный) — влияние, власть и права человека, основанные на сложившейся социальной или культурной традиции. Это может быть, например, авторитет человека, формально принадлежащего к определенному слою населения, скажем к правящей верхушке, высшей церковной иерархии, царской фамилии и т. п.

Авторитет харизматический — влияние, власть и права человека, связанные с тем, что он обладает какими-то особыми, ценными личностными качествами (достоинствами). Такой авторитет отличается от авторитета, основанного на законе, традиции, власти, материальном достатке и т. п.

Авторитетность — способность человека иметь определенный вес среди людей, служить для них источником идей, пользоваться их признанием и уважением.

Агрессивности мотивация — система факторов (потребностей, мотивов, стимулов и т. п.), лежащих в основе агрессивного поведения.

Агрессивности теория — понятие, обозначающее совокупность теоретических положений, связанных с научным объяснением возникновения и проявления агрессивности у людей или у животных. В той части теории агрессивности, которая касается человека, дается определение явлений, входящих в понятие агрессивности, указывается их отличие от проявлений враждебно-

сти в человеческих отношениях, не являющихся агрессивными, объясняется сущность и происхождение агрессивности в зависимости от индивидуальных особенностей человека и социальных условий жизни.

Агрессивность — 1. Поведение человека в отношении других людей, которое отличается стремлением причинить им неприятности, нанести вред. 2. Черта характера человека, проявляющаяся в его враждебности по отношению к людям, животным, определенным предметам или явлениям.

Агрессии теория самооценочная — теория агрессивности, предложенная А. Хелером и объясняющая агрессивное поведение человека заниженной самооценкой, неуверенностью человека в себе, часто переживаемым им состоянием тревоги. Данная теория агрессивности утверждает, что человек с заниженной самооценкой и повышенным чувством тревоги с помощью агрессивности стремится вернуть себе утраченную самооценку, систематически снижаемую необоснованными (в его понимании и восприятии) нападениями на него со стороны окружающих людей. На этих людей он, как правило, и направляет свою агрессию.

Агрессии теория фрустрационная — теория, согласно которой главной или единственной причиной агрессии является фрустрация. Данная теория утверждает, что фрустрация всегда и неизбежно приводит к определенной форме агрессии и всякий раз, когда возникает агрессивное поведение, его первопричину следует искать во фрустрации, причем сила агрессивного импульса (агрессивного побуждения) прямо пропорциональна глубине (силе) фрустрации. Фрустрационная теория агрессивности также утверждает, что внешнее проявление человеком агрессивных намерений определяется ожиданием им награды или наказания. Если человек ждет, что агрессия с его стороны вызовет такую реакцию, которая может навредить ему самому, то он будет сдерживать свою агрессию или же стремиться выражать ее косвенно. Он может проявлять агрессию в отношении людей, от которых сам не ожидает ответной агрессивной реакции. Исследования фрустрации, однако, полностью не подтвердили правильность данной теории агрессивности и показали, что, кроме агрессии, фрустрация может вызывать у человека и другие виды поведения, в том числе и неагрессивные.

Агрессия — термин, означающий совокупность действий, физическое или вербальное поведение, цель которого состоит в нанесении ущерба, вреда кому-либо или чему-либо. В общем случае агрессия может быть мотивирована следующими побуждениями: страхом перед фрустрацией, желанием напугать кого-либо, стремлением добиться принятия своих идей («протолкнуть», «пробить» их) или же удовлетворения своих потребностей и интересов.

Агрессия альтруистическая — агрессивные действия, предпринимаемые из благих побуждений, например в защиту других людей (скажем, агрессивные действия матери, защищающей своего ребенка).

Агрессия, вызванная страхом — агрессивные действия, порожденные чувством страха или стремлением избавиться от него.

Агрессия индуцированная — искусственно вызванная агрессия, например в экспериментальном психологическом исследовании, направленном на ее изучение. Эта разновидность агрессии нередко используется при изучении агрессивного поведения животных.

Агрессия инструментальная — 1. Агрессия, возникшая в результате научения, приобретенная за счет многократного положительного подкрепления агрессивного поведения. 2. Акт агрессии, который служит для человека или животного средством достижения какой-либо цели, прямо не связанной с нанесением ущерба или вреда.

Агрессия смещенная — агрессивные действия, направленные против лица или объекта, которые не являются первопричинами возникновения агрессивного поведения.

Агрессия территориальная — агрессия, цель которой состоит в защите территории живого существа от посягательств на нее со стороны других живых существ (животных или человека). Речь идет о защите территории, которую человек или животное рассматривают как свою или принадлежащую им.

Агрессия трансактная — агрессия, которая возникает и усиливается в результате последовательности активных и подкрепляющих друг друга насильственных (агрессивных) действий, которые люди совершают в отношении друг друга в качестве реакции на проявление агрессивности со стороны партнера. Если никто из взаимодействующих друг с другом людей не останавливается и по собственной инициативе не прерывает цепь взаимно направленных агрессивных действий, то они могут до крайности обострить отношения между людьми. Трансактная агрессия развивается в соответствии со следующими общими правилами (в следующей типичной последовательности). 1. Вначале люди провоцируют друга на агрессивные действия. 2. Кто-то из них не выдерживает и первым проявляет агрессивность в отношении партнера. 3. Тот, в свою очередь, отвечает агрессору-провокатору тем же самым, то есть ответными агрессивными действиями. 4. После этого происходит быстрая эскалация агрессии и возникает прямая конфронтация (конфликт) взаимодействующих сторон, которая ведет к дальнейшему усилению агрессии. 5. Агрессию может усилить последовавшая за ней фрустрация любого партнера по взаимодействию, спровоцированная, например, каким-либо предметом или человеком, который в данный момент времени случайно окажется на его пути и помешает ему добиться поставленной цели.

Адаптация культурная — приспособление человека к условиям определенной, как правило, новой, непривычной для него культуры. В итоге культурной адаптации инородная культура перестает восприниматься человеком как чужая и человек начинает относиться к ней положительно (принимает ее). При этом тот, кто сумел адаптироваться к новой для него культуре, внутренне продолжает оставаться представителем другой культуры, но старается в новом для себя социально-культурном окружении не демонстрировать это открыто.

Адаптация социальная — 1. В общем случае — приспособление психологии (например, эмоционального настроения, состояния и т. п.) и поведения человека к социальным условиям или к ситуации, в которой он находится. 2. В социологии — приспособление человека к особенностям страны, ее культуры, политики, идеологии, сложившейся ситуации.

Аккультурация — в широком значении — процесс усвоения человеком, вышедшим из одной культуры, ценностей, взглядов, норм и форм поведения,

характерных для людей, представляющих другую культуру. В более узком значении — процесс, с помощью которого человек осваивает правила культуры поведения, характерные для определенной социальной группы.

Альтруизм — 1. Форма социального поведения и черта характера, проявляющаяся в стремлении человека делать добро, оказывать людям помощь, обеспечивать поддержку, причем бескорыстно, иногда даже в ущерб себе. Альтруизм в этом его понимании — одна из главных социальных потребностей человека. 2. Постановка благополучия и интересов других людей выше своих интересов и собственного благополучия. Как мотив социального поведения альтруизм является альтернативой агрессивности. Человек, воспитанный альтруистически и ведущий себя так, почти никогда не бывает агрессивным.

Антиконформность (антиконформизм) — тенденция оказывать сопротивление внешнему давлению, побуждающему человека вести себя конформно. Проявляется, например, в негативной реакции человека на любое оказываемое на него психологическое давление, независимо от его природы. Антиконформность следует отличать от сознательного или независимого поведения, исходящего из твердых убеждений человека.

Антисемитизм — одна из распространенных форм национальной нетерпимости, предубежденности, выражающаяся во враждебном отношении к евреям. Антисемитизм исторически существует давно и в определенной степени сохраняется до сих пор среди малокультурной части населения, причем в разных странах. В XX столетии он наиболее ярко (в открытой форме) проявился в Германии в идеологии фашизма накануне и в годы Второй мировой войны, а скрыто (завуалированно) — в некоторых странах с тоталитарными режимами, например, в ограничениях присма евреев в высшие учебные заведения, в назначении на государственные должности и в отдельные виды закрытых учреждений.

Ассертивность — 1. В общем понимании — уверенность человека в себе, его настойчивость и напористость в достижении поставленных целей. 2. В специальном значении — способность человека активно отстаивать свои права, принимая во внимание и права других людей.

Ассимиляция культурная — освоение людьми, принадлежащими к разным культурам, новой для них культуры, характерной для сообщества (страны, организации, общины, социальной группы и т. п.), членами которой они стали на длительный срок. При этом их внутренняя культура и внешнее поведение меняются настолько, что люди фактически становятся представителями новой для них, «ассимилированной» культуры. Так, например, в наши дни за рубежом многих выходцев из России независимо от их истинной национальности называют «русскими».

Атмосфера демократическая — общая обстановка, возникающая в группе, ведомой демократическим лидером. Демократическая атмосфера предполагает свободный обмен мнениями, открытое обсуждение всех дискуссионных вопросов. Она противоположна авторитарной и попустительской атмосфере.

Атмосфера морально-психологическая малой группы — понятие, с помощью которого характеризуется общая психологическая обстановка, сложившаяся в малой группе. К примеру, сплоченные группы часто демонстрируют приятные,

теплые, дружеские взаимоотношения, положительные идеалы, ценности, нормы морали, лежащие в основе взаимоотношений внутри группы, а также позитивное отношение членов группы к тому, что происходит в ней и вокруг нее.

Атмосфера психологическая — общая характеристика благоприятности или неблагоприятности окружения (обстановки), в которой находится человек, включая его взаимоотношения с людьми, их психологию и поведение.

Атракции межличностной (привлекательности межличностной) теория, основанная на выгодах и потерях (*gains-and-losses theory of interpersonal attraction* — англ.) — социально-психологическая теория, согласно которой усиление так называемого «ситуативно-одобрительного» поведения (одобрения действий человека со стороны других людей в данной ситуации) оказывает большее влияние на аттракцию (привлекательность данного человека для других людей), чем постоянные поощрения, получаемые человеком, который стремится стать привлекательным для других.

Атракция — 1. Характеристика некоторого объекта — человека, предмета, события и т. п., выражающаяся в его способности порождать положительные эмоции, привлекать и притягивать к себе людей. 2. Стремление, влечение человека к некоторому приятному для него объекту, например к другому человеку, группе людей, предмету или событию. 3. Симпатия, вызываемая некоторым объектом и побуждающая людей стремиться к нему.

Атрибутивная ошибка фундаментальная (атрибуционная ошибка основная) — склонность людей при наблюдении за действиями других людей интерпретировать эти действия как якобы исключительно порождаемые собственными психологическими особенностями соответствующих людей. Такая тенденция считается ошибочной потому, что поведение людей на самом деле зависит не только от их собственных психологических свойств, но также от ситуации, в которой они оказались и в которой вынуждены действовать в данный момент времени.

Атрибутивная теория (атрибуции теория) — социально-психологическая теория, относящаяся к области социальной перцепции. Акт атрибуции, который состоит в приписывании другим людям определенных психологических свойств: черт характера, эмоций, мотивов, целей и т. п., связывается в этой теории с понятием гештальта, согласно которому информация, приобретенная в прошлом опыте наблюдающего, играет важную роль в том, как он будет воспринимать происходящее в настоящем.

Атрибутивный стиль (атрибуциональный стиль) — специфический, характерный для данного человека индивидуальный стиль приписывания (атрибуции) причин тем или иным событиям.

Атрибуция — акт приписывания какого-либо непосредственно не воспринимаемого свойства некоторому предмету, человеку или явлению.

Атрибуция защитная — приписывание чему-либо или кому-либо определенных свойств в порядке психологической самозащиты. В этом случае атрибуция действует в качестве психологического защитного механизма.

Атрибуция каузальная — 1. В общем случае — теория и практика приписывания одним явлениям способности выступать в качестве причины других

явлений. 2. Поиск, выявление и описание соответствующих причин или причинно-следственное объяснение явлений. Каузальная атрибуция является предметом исследования в социальной психологии, где с ней связывается, в частности, изучение того, как люди в типичных случаях и ситуациях жизни объясняют свое поведение, а также поведение других людей.

Атрибуция ответственности — приписывание (обычно — путем рассуждений или соответствующих умозаключений) другому человеку или какому-либо событию ответственности за какой-либо поступок или происшествие.

Аут-группа — группа людей, к которым человек лично себя не причисляет, которых считает для себя чужими, в отличие от тех, кто, напротив, близок ему по духу и входит в состав его ин-группы. Иногда аут-группу также называют «группа-они» в отличие от «группы-мы».

Аут-группы гомогенности ошибка — ошибочная тенденция приписывать членам некоторой аут-группы (или чуждой для человека группы) большее психологическое и поведенческое сходство между ее членами, чем это есть на самом деле.

Аффилиации чрезмерной эффект — социально-психологическое явление, согласно которому люди, долгое время вынужденные находиться рядом или вместе, со временем перестают эмоционально положительно относиться друг к другу, замыкаются в себе и начинают с раздражением реагировать друг на друга. Проблемы в семье, которая существует не один год, нередко возникают вследствие так называемого эффекта чрезмерной аффилиации.

Аффилиация — 1. Положительные эмоции (симпатии) в человеческих отношениях. 2. Одна из важных социальных потребностей человека, проявляющаяся в его желании и стремлении постоянно быть с людьми, находиться среди них, устанавливать, сохранять и эмоционально улучшать положительные взаимоотношения с ними.

Аша (Эша) эксперимент (экспериментальная ситуация) — название экспериментальной ситуации, созданной и использованной американским социальным психологом С. Ашем (Эшем) в его исследованиях конформного поведения человека.

Банда (шайка) — не является строго научным термином. Обозначает совокупность людей, имеющую общую, асоциальную или антисоциальную, цель и применяющую для ее достижения средства, не соответствующие принятым в обществе нормам права или морали. Банда обычно ведет себя враждебно по отношению к другим социальным группам и членам общества, не считается с их правами и интересами (например, банда преступников, банда несовершеннолетних правонарушителей).

Барнума эффект — обозначение социально-психологического явления, отраженного в следующем афоризме, приписываемом известному предпринимателю, шоумену и шарлатану Р. Т. Барнуму: «Каждую минуту на свете рождается простачок». Согласно мысли, содержащейся в нем или вытекающей из него, «описание личности», обставленное специально подобранными словами и основанное лишь на общих, ничего не значащих фразах, может с готовностью приниматься многими людьми как якобы точная характеристика их самих как

личностей. Эффект Барнума широко используют, например, разного рода шарлатаны: гадалки, прорицатели, предсказатели судеб, составители гороскопов, астрологи, «читатели чужих мыслей» и т. п. Иногда эффект Барнума используют и в научных целях для исследования человека как личности и восприятия им себя и окружающих его людей.

Барьер психологический — внутреннее препятствие психологического характера, мешающее человеку в достижении поставленных целей. В общении людей между собой под психологическим барьером понимается то, что мешает этим людям нормально и свободно общаться друг с другом. Психологическим барьером может быть, например, боязнь, неуверенность человека в себе, ожидание неудачи и т. п. Психологический барьер проявляется в излишней внутренней напряженности, тревожности, особенно тогда, когда за деятельностью человека наблюдают со стороны и оценивают его как личность. В основе психологического барьера может лежать комплекс неполноценности, а его следствием стать аффект неадекватности.

Барьер смысловой — недопонимание, возникшее между людьми и связанное с тем, что, используя в общении друг с другом одни и те же слова, они вкладывают в них различный смысл. Смысловой барьер — наиболее часто встречающаяся причина разного рода недоразумений и недопонимания людьми друг друга.

Бездельничание социальное — редко используемый социально-психологический термин, обозначающий нежелание человека принимать участие в социальной жизни или недобросовестное исполнение им своих прямых социальных обязанностей, особенно в тех случаях, когда рядом с человеком или вместе с ним эти обязанности исполняют другие люди.

Безопасность психологическая — состояние человека, например клиента во время проведения психологической консультации, или характеристика соответствующей обстановки, в которой человек чувствует себя комфортно, не боится говорить то, что думает, и делать то, что ему хочется делать. Находясь в психологической безопасности, человек является откровенным и открытым, не опасается того, что его откровения или открытость кем-то могут быть использованы ему во вред.

Безучастного наблюдателя эффект — социально-психологическое явление, согласно которому люди, явившиеся случайными свидетелями неприятности или несчастного случая, произошедшего с человеком, менее склонны оказывать ему помощь, если сами в данный момент времени находятся в роли наблюдателей вместе с другими людьми, чем тогда, когда они наблюдают за случившимся одни, без посторонних лиц. Возникшую ситуацию многие люди, наблюдая за ней вместе с другими людьми, склонны, кроме того, оценивать менее критически и с большей готовностью снимают с себя ответственность за происходящее (в частности, за неоказание помощи людям, попавшим в беду), чем тогда, когда они, выступая в роли наблюдателей, находятся одни. Однако проявление эффекта безучастного наблюдателя зависит от тяжести произошедшего с человеком случая. Если это достаточно тяжелый случай, то данный эффект обычно не проявляется и люди, оказавшиеся его свидетелями, предлагают свою помощь пострадавшему.

Бенефектантность (бенефектансность) (*benefectance* — англ.) — тенденция интерпретировать происходящие события таким образом, что предлагаемая интерпретация представляет собственную позицию или действия человека в более благоприятном свете, чем это есть на самом деле. Бенефектантность — это также стремление приписывать себе заслугу в том, что привело к успеху, но вместе с тем тенденция отрицать личную ответственность за то, что привело к неудаче. Термин «бенефектантность» образован из двух слов: полезный (*beneficial* — англ.) и эффективность (*effectance* — англ.) и обычно используется для обозначения процессов, с помощью которых человек эгоцентрически (предвзято и неосознанно) изменяет свою собственную память на прошлые события таким образом, чтобы особо подчеркнуть свою личную роль в позитивных событиях и уменьшить свой вклад в негативные события.

Беспомощность — поведение, при котором человек не полностью использует имеющиеся в его распоряжении возможности для решения возникших жизненных проблем и практически бездействует в тех случаях, когда надо было бы активнее вести себя для достижения поставленной цели.

Беспомощность когнитивная — понятие, обозначающее состояние человека, которое возникает в ситуации, где он, имея возможность для самостоятельного разрешения возникшей проблемы, для нахождения хотя бы ее принципиального, умственного решения, тем не менее не делает этого и по каким-то причинам не полностью использует имеющиеся у него когнитивные возможности. Например, человек недооценивает свои возможности, не уверен в себе, неправильно воспринимает сложившуюся обстановку или же боится предпринять какие-либо активные действия, опасаясь худшего.

Беспомощность приобретенная — термин М. Селигмана, характеризующий разновидность беспомощного поведения, которое представляет собой психологическое состояние, приобретенное человеком в результате неблагоприятного прошлого жизненного опыта. Суть такого опыта заключается в том, что человек, неоднократно оказывавшийся раньше в сложной жизненной ситуации, несущей в себе угрозу для его жизни, по тем или иным причинам был не в состоянии ее избежать. Впоследствии он в аналогичной ситуации ведет себя пассивно, не предпринимает даже попыток избежать угрозы. Именно такого рода беспомощность в свое время наблюдал И. П. Павлов у собак, над которыми он проводил эксперименты по формированию условных рефлексов.

Бессознательное — характеристика психологических свойств, процессов и состояний человека, находящихся вне сферы его актуального сознания, но оказывающих такое же влияние на его поведение, как и сознание.

Бессознательное коллективное — термин, используемый в учениях некоторых представителей глубинной психологии. В теории К. Юнга он упоминается чаще всего (Юнг является инициатором введения этого термина в научный оборот) и представляет собой коллективный опыт человечества, передаваемый по наследству от поколения к поколению и имеющийся с момента рождения каждого человека в его психике. Коллективное бессознательное, по Юнгу (в работах некоторых других авторов — трансперсональное бессознательное), проявляется в актуальной психологии и поведении человека. Это наиболее сильная

и влиятельная часть личности человека с точки зрения ее воздействия на психику и поведение. Коллективное бессознательное способно доминировать над личным бессознательным, особенно в патопсихологических случаях.

Биосоциальное — термин, указывающий на то, что явление, к которому данное определение относится, по своей природе, в своем развитии или функционировании зависит одновременно от двух групп факторов (имеется две группы возможных его причин): биологических и социальных. Термин «биосоциальное» в настоящее время используется в различных, в том числе социальных, науках и в психологии. Так, например, применительно к объяснению общественных явлений характеристика «биосоциальные» означает, что данные явления считаются обусловленными действием не только социальных, но и биологических законов. Применительно к психологическим явлениям название «биосоциальные» указывает на их двоякую обусловленность и биологическими (органическими), и социальными (общественными) факторами. Биосоциальными можно назвать, к примеру, проявления агрессивности у человека, так как эти проявления могут вызываться действием как биологических, так и социальных причин.

Большая социальная группа — большое по количеству (от нескольких до многих тысяч людей) социальное объединение, образованное на основании какого-либо социально-демографического признака: пола, возраста, национальности, профессиональной принадлежности, социального или экономического положения и т. п.

Брансуика (Брансвика) лица — серия схематически изображенных лиц людей, выполненных при помощи простых линий, представляющих только глаза, нос и рот. Лица Брансуика широко используются в экспериментах на восприятие человека человеком, а также в перцептивных и когнитивных исследованиях, касающихся сенсорного различения и категоризации.

Брачного выбора теория (*marital choice theory* — англ.) — теория, разработанная Мерштейном, согласно которой пары людей, намеревающихся вступить в брак, прежде чем примут окончательное решение на этот счет, в своих отношениях обязательно проходят через следующие стадии. 1. Стимулирующая стадия. На этой начальной стадии установления близких отношений люди увлекают друг друга и увлекаются друг другом, исходя из того, какое общее внешнее впечатление они производят друг на друга, и ориентируясь на то, что они внешне замечают друг у друга. 2. Ценностная стадия. На данной стадии люди обнаруживают друг у друга общую систему ценностей. 3. Ролевая стадия. Здесь люди, вступающие в брак, убеждаются в том, что они подходят друг для друга с точки зрения предпочитаемых ими ролей и их исполнения в общении и совместной деятельности.

Брейнсторминг (*brainstorming* — англ.) — метод организации совместной групповой, творческой работы людей, рассчитанный на повышение их умственной активности и решение сложных задач. Организация и проведение брейнсторминга предполагают четкое распределение ролей между участниками группы, причем этим ролям в процессе работы они должны строго следовать. Брейнсторминг предполагает введение и соблюдение определенных

правил взаимодействия членов группы друг с другом. Его рекомендуется применять в разнородных по персональному составу социальных группах, а также в группах, участники которых недостаточно хорошо знают друг друга или обладают такими психологическими свойствами, которые делают их психологически плохо совместимыми друг с другом.

Бумеранга эффект — социально-психологическое явление, которое проявляется в том, что лицо или организация, выступающие в качестве источника информационного воздействия, пытаясь оказать это воздействие на определенную группу людей, побудить их принять свою точку зрения, в действительности получают результат, прямо противоположный ожидаемому: люди, на которых они пытаются оказать воздействие, не только не принимают эту точку зрения, но еще более укрепляются в прямо противоположном мнении. Эффект бумеранга чаще всего возникает тогда, когда люди, на которых оказывают воздействие, резко отрицательно, с явно выраженной неприязнью относятся к источнику информации, предназначенному для изменения их мнения.

Вера — некритическая (не подвергаемая сомнениям и не основанная на убедительных аргументах) уверенность человека в чем-либо или в ком-либо.

Вера в себя (свои способности) (*self-efficacy* — англ.) — термин А. Бандуры, обозначающий чувство, подсказывающее человеку, что он в состоянии (способен) решать определенные проблемы, поставленные перед ним жизнью, успешно с ними справляться.

Взаимность межличностных отношений иллюзорная — социально-психологический термин, обозначающий такое восприятие людьми взаимоотношений друг с другом, при котором эти отношения кажутся им взаимными, например взаимными симпатиями или взаимными антипатиями, в то время как на самом деле они таковыми не являются.

Взаимоотношений человеческих виды — множество разнообразных взаимоотношений, в которые люди вступают друг с другом. Основные виды человеческих взаимоотношений следующие: личные и деловые, эмоциональные и рациональные, официальные и неофициальные, координационные и субординационные.

Взаимоотношения вторичные — относительно кратковременные, поверхностные взаимоотношения людей, характеризующиеся ограниченным опытом и нечеткими правилами их взаимодействия друг с другом. В отличие от первичных взаимоотношений, они редко эмоционально глубоко вовлекают людей.

Взаимоотношения деловые — отношения между людьми, складывающиеся по поводу совместной работы. Примерами деловых взаимоотношений могут быть служебные взаимоотношения, распределение обязанностей между людьми. Деловые взаимоотношения, в отличие от личных, основаны не на чувствах, а на ролях, которые люди играют в совместной деятельности, на обязательствах, которые они берут на себя, на обязанностях, которые другие люди возлагают на них.

Взаимоотношения координационные — взаимоотношения, в которых люди выступают как равноправные, независимые личности и в которых они согласуют, координируют свои действия друг с другом, но не зависят и не подчиняются друг другу.

Взаимоотношения личные — отношения между людьми, которые складываются между ними как личностями. Примерами личных взаимоотношений могут служить взаимные симпатии, антипатии, уважение, неуважение и т. п. В основе личных взаимоотношений лежат чувства, которые люди испытывают по отношению друг к другу, а также индивидуальные психологические особенности этих людей. Личные взаимоотношения всегда носят субъективный характер, они выражают собой индивидуальное, личное отношение человека к человеку, которое может не разделяться другими людьми.

Взаимоотношения неофициальные (неформальные) — взаимоотношения, которые не носят официального характера, не регулируются правовыми актами. Неофициальными иногда также называют взаимоотношения, складывающиеся между людьми помимо их должностных, деловых отношений, в которых они вынуждены (обязаны) находиться друг с другом (в этом плане неофициальные взаимоотношения не являются обязательными).

Взаимоотношения официальные (формальные) — взаимоотношения, которые установлены и поддерживаются между людьми официально, в соответствии с какими-либо нормативными актами. Такими актами могут быть законы, уставы, положения, приказы, инструкции и т. п. В официальные взаимоотношения люди чаще всего вступают по должности, а не из личных симпатий или антипатий друг к другу, и это объединяет официальные взаимоотношения с деловыми. Однако не все официальные отношения являются деловыми, равно как не все деловые отношения выступают как официальные.

Взаимоотношения первичные — основные, долгосрочные, устойчивые взаимоотношения людей, основанные на глубоких эмоциональных связях, существующих между людьми, на их чувстве личной привязанности или преданности друг к другу. Эти взаимоотношения не ограничены строгими правилами взаимодействия, и люди, вовлеченные в них, как правило, давно и хорошо знают друг друга.

Взаимоотношения рациональные — взаимоотношения между людьми, основанные на расчете, строящиеся и развивающиеся исходя из предполагаемой или реальной пользы, которую вступающие в них люди могут извлечь из этих взаимоотношений.

Взаимоотношения субординационные — взаимоотношения между людьми, имеющими различный социальный статус, занимающими разные должности или различное положение в обществе. Это, как правило, неравноправные взаимоотношения, при которых одни люди подчиняются другим или зависят от них. Такими являются, например, взаимоотношения между руководителями и подчиненными.

Взаимоотношения эмоциональные — взаимоотношения между людьми, которые основаны на эмоциях и непосредственно выражаются в них.

Включенного наблюдения метод — способ научного исследования процессов, происходящих в малых и больших социальных группах. При использовании данного метода психолог на время проведения исследования становится участником деятельности той группы, которую он изучает, того процесса, за ходом которого он наблюдает. Другие участники группы или процесса в этом случае или не знают о том, что он ведет за ними наблюдение, или же сами соглашаются на это.

Власти мотив — устойчивый мотив социального поведения, проявляющийся в стремлении человека получить или сохранить власть над людьми, держать их под своим контролем, управлять их поведением, оказывать на них влияние.

Власть социальная (могущество социальное) — социально-психологический термин, означающий степень контроля со стороны человека или определенной социальной группы происходящих в обществе событий. Когда говорят о социальной власти, имеют в виду не официальную власть, которую имеет соответствующий человек или социальная группа, а способность человека или данной социальной группы влиять на происходящие события через неформальные человеческие взаимоотношения. Максимальной социальной властью обладает тот человек или социальная группа, которые в состоянии оказывать существенное влияние на людей и на происходящие события, оставаясь в то же самое время не облаченными официальной властью, независимыми от соответствующих людей и событий.

Влияние социальное — общее понятие, обозначающее процесс, посредством которого человек или группа людей воздействует на мнения, социальные установки, поведение и ценности других людей или иных социальных групп.

Внушаемость — податливость человека внушению со стороны других людей. Есть люди, которые являются более внушаемыми, чем другие. Внушаемость обусловлена индивидуальными особенностями человека, например его эмоциональностью и впечатлительностью. Внушаемость также зависит от обстановки, в которой находится человек. Торжественность или таинственность окружающей обстановки, ее ритуальный, «магический» характер, как правило, способствуют внушаемости.

Внушение — 1. Психологическое воздействие одного человека на другого, частично или полностью неосознаваемое как тем, кто его оказывает, так и тем, кто ему поддается. 2. Процесс сознательного стимулирования у кого-либо определенных мыслей, переживаний или действий. Термин «внушение» в этом его значении используется тогда, когда никакого принуждения человека нет, когда его силой не заставляют думать или вести себя определенным образом. 3. Реальное словесное или иное воздействие, оказываемое на человека и рассчитанное на внушающий эффект.

Восприятие человека человеком — разновидность социального восприятия (социальной перцепции), связанная с формированием образа воспринимаемого человека. Восприятие человека человеком отличается от обычного восприятия человеком физических предметов и явлений, имеет свои особенности и законы.

Восприятие человека человеком интерактивное — 1. Восприятие человека человеком, которое зависит от взаимодействия людей друг с другом. 2. Взаимное влияние друг на друга тех образов, которые складываются у людей друг о друге. 3. Теория, согласно которой ситуация восприятия и оценивания людьми друг друга, а также взаимодействие этих людей друг с другом существенно влияют на восприятие и понимание ими друг друга.

Восприятие человека человеком статичное — вид межличностного восприятия, при котором один человек воспринимает другого и формирует

образ воспринимаемого человека в условиях, где сам воспринимающий не выступает активным субъектом общения и не взаимодействует с воспринимаемым человеком.

Восприятия межличностного теория (С. Аша) — социально-психологическая теория, в которой утверждается, что в случае, когда человек использует разрозненные фрагменты или информации для образования целостной, согласованной картины или образа другого человека, каждая отдельная выявленная черта личности воспринимаемого человека оказывает определенное влияние на способ интерпретации воспринимающим других черт личности воспринимаемого им человека. Общее впечатление о нем как о личности в конечном счете становится не таким, какого можно было ожидать на основе анализа ранее известных черт его личности. Предполагается также, что некоторые из черт личности могут оказывать более сильное влияние на общее впечатление о человеке, чем другие.

Восприятия теория трансактная (трансакционная) — теория межличностного восприятия, основанная на представлении: то, что воспринимается человеком, и то, как это воспринимается, зависит от опыта, знаний, собранных данным человеком в процессе его взаимодействия с социальным окружением (с другими людьми и происходящими вокруг событиями).

Выдающейся личности (великого человека) теория — историческая и социально-психологическая теория, утверждающая, что достижения человечества в той или иной области обязаны своим происхождением деятельности отдельных выдающихся личностей. Такая теория обычно противопоставляется теории «духа времени», по-иному объясняющей как исторические факты, так и достижения всего человечества или больших групп людей.

Выжившего синдром — медико-психологический термин, введенный для обозначения совокупности нервно-психологических реакций, наблюдаемых у людей, которые пережили какое-либо угрожавшее их жизни или жизни близких для них людей событие, например землетрясение, наводнение, пожар, войну и т. п. Проявления синдрома выжившего включают в себя хроническую тревогу, повторяющиеся кошмарные сновидения о пережитых событиях, утрату интереса к жизни, ощущение того, что время остановилось, чувство вины перед теми, кто погиб в соответствующей катастрофе.

Выжившего чувство вины — тяжело переживаемое человеком чувство вины, нередко возникающее у людей, которым удалось выжить в какой-либо катастрофе (например, во время землетрясения, пожара, наводнения, войны и т. п.), где погибли другие люди. Чувство вины выжившего проявляется перед теми людьми, кто в этой катастрофе погиб. Впервые это чувство было отмечено у тех, кто пережил холокост (массовое уничтожение фашистами евреев во время Второй мировой войны). Впоследствии оно было замечено у многих людей после войн и природных катастроф. Людям, переживающим чувство вины перед погибшими, кажется, что они не сделали всего, что могли, для спасения людей, которые погибли.

Вымещение — социально-психологический термин, обозначающий направление агрессии человека против людей, которые этим человеком

воспринимаются как источник его фрустрации. Вымещение может быть направлено против следующих объектов: (а) тех людей, в отношении которых в данном обществе сложились неблагоприятные, стереотипные мнения; (б) тех людей, кто сам не в состоянии оказать сопротивление агрессору; (в) тех людей, в отношении которых агрессивные действия официально санкционированы; (г) тех, кто эти действия санкционировал или защищает агрессора.

Генерализованный другой — термин, введенный в научный оборот социологом Д. Мидом для обозначения мнения человека о типичном представителе определенной социальной группы. Представления, входящие в состав «генерализованного другого», формируются в результате опыта социальных взаимодействий данного человека с рядом представителей соответствующей социальной группы. В состав генерализованного другого входят представления, например, о социальных установках, ценностях, ожиданиях, касающихся представителей соответствующей социальной группы.

Гештальтгруппы — психотерапевтические группы, создаваемые и используемые в практике гештальттерапии.

Гештальттерапия — одна из разновидностей групповой психотерапии и психокоррекции, основанная на признании того, что большинство проблем психологического и поведенческого характера, возникающих у человека, связано не столько с его прошлой жизнью, сколько с неумением ориентироваться и адаптироваться в настоящем. Метод гештальттерапии предложил и обосновал Ф. Перлз. Практический психолог или психотерапевт, пользующийся этим методом, проводит глубокую индивидуальную психотерапевтическую работу с одним из членов гештальтгруппы на глазах у остальных членов группы, и в этом процессе принимают активное участие другие члены группы. Задача гештальттерапии, как ее формулировал сам Ф. Перлз, заключается в том, чтобы выработать у людей «правильные гештальты», то есть верное восприятие себя, окружающих людей, обстановки и человеческих взаимоотношений.

Группа вертикальная — социальная группа, составленная из людей, занимающих в обществе разное положение с точки зрения их власти, влияния, материального положения и т. п.

Группа вторичная — объединение людей, включающее тех, кто имеет мало общего друг с другом, разделяет лишь некоторые общие ценности и отдельные общие формы поведения. Во всем остальном члены соответствующей группы могут существенно отличаться друг от друга. Такие группы менее значимы для формирования человека как личности, чем первичные группы.

Группа гетерогенная — социальная группа, состоящая из людей, существенно отличающихся друг от друга по психологии и поведению.

Группа гомогенная — социальная группа, состоящая из похожих друг на друга по психологии и поведению людей.

Группа горизонтальная — термин, обозначающий общность, составленную из людей, которые представляют один и тот же социальный класс или имеют одинаковое положение (одинаковый статус) в обществе.

Группа дискуссионная — объединение людей, задача которого заключается в обсуждении и принятии решения по какому-либо вопросу.

Группа избранная (отобранная) — любая группа или выборка, возникшая в результате применения определенных правил отбора людей в данную группу (выборку) из большой популяции (генеральной совокупности).

Группа индифферентная — социальная группа, являющаяся психологически нейтральной, безразличной для человека, к которой он не проявляет особого интереса и которая на него не оказывает существенного влияния.

Группа интерактивная — малая социальная группа, в которой ее участники могут свободно, без каких бы то ни было ограничений общаться, взаимодействовать друг с другом.

Группа коактивная — малая социальная группа, в которой два или более человека работают над решением общей задачи, но при этом они непосредственно не общаются, не взаимодействуют друг с другом или же их межличностное общение во время решения задачи ограничено.

Группа малая — небольшое количество людей (как правило, от 2–3 до 20–30 человек), выделяемых по следующим, общим для них признакам: единое дело (цель, деятельность), личное знание друг друга, непосредственное общение и взаимодействие в деятельности, наличие установленных личных и деловых взаимоотношений, общие особенности психологии и поведения, чувство «мы» (чувство принадлежности к одной группе).

Группа марафонная — название малой психотерапевтической группы, в которой люди, имеющие единую цель, собираются и в течение продолжительного времени (от 6 до 48 часов) без перерыва работают вместе.

Группа маргинальная — термин, обозначающий общность, состоящую из людей, которые по своей психологии и поведению находятся как бы между двух или нескольких различных культур, однако полностью не принадлежат ни к одной из них.

Группа нормативная — термин, обозначающий группу, используемую для установления стандартов (норм), относительно которых, в свою очередь, оцениваются психология и поведение представителей других групп.

Группа первичная — термин, обозначающий группу, состоящую из людей, имеющих общую систему ценностей, цели, стандарты поведения и тесные межличностные контакты. Такая группа является наиболее устойчивой и способна оказывать более сильное, чем другие социальные группы, воздействие на психологию, поведение и развитие человека. Первичной группой является, например, семья.

Группа профессиональная — термин, обозначающий группу, состоящую из людей, занимающихся определенной профессиональной деятельностью. Примеры профессиональных групп представляют различные большие и малые профессиональные объединения людей, сообщества, союзы и т. п. Профессиональные группы следует отличать от так называемых групп профессий (семейства профессий).

Группа психокоррекционная — малая группа, создаваемая для проведения психокоррекционной работы, то есть для решения психологических проблем,

с которыми в своей жизни столкнулись участники данной группы. Предполагается, члены психокоррекционной группы не являются больными людьми (в отличие от участников психотерапевтической группы), но имеют серьезные жизненные проблемы психологического характера, с которыми самостоятельно не могут справиться.

Группа психотерапевтическая — малая группа, создаваемая в психотерапевтических целях для лечения неврозов, исправления недостатков в психологии и поведении участников, вызванных теми или иными заболеваниями.

Группа равных (группа сверстников) (*peer group* — англ.) — в общем случае — любая социальная группа (как правило, малая), члены которой имеют одинаковый статус, то есть занимают примерно одинаковое положение в группе по своим правам и обязанностям. Чаще всего термин «группа равных» используется не для характеристики групп, состоящих из взрослых людей, а для представления и описания разнообразных детских групп, состоящих из примерно одинаковых по возрасту детей.

Группа референтная — термин, обозначающий группу людей, являющуюся для человека образцовой, где он находит нормы и правила поведения, членам которой он подражает и ценности которой разделяет. Термин «референтная группа» используется не только тогда, когда речь идет о группе, участником которой человек реально является, но и тогда, когда человек не принадлежит к ней, но тем не менее считает ее образцовой для себя.

Группа референтная аспирационная — референтная группа, к которой человек хотел бы принадлежать. Такая группа оказывает более сильное влияние на убеждения и ценности человека, чем обычная референтная группа (группа принадлежности). По отношению к такой группе человек ведет себя более конформно, чем по отношению к любым другим группам.

Группа референтная негативная — такая группа людей, которую человек использует в качестве отрицательного примера (негативного стандарта) и старается свои взгляды, ценности, интересы и отношения определять прямо противоположным этой группе способом.

Группа референтная позитивная — термин, обозначающий группу, на которую человек ориентируется как на положительный образец, стараясь согласовать с ней свои ценности, взгляды, убеждения, нормы и формы поведения.

Группа социальная — совокупность людей, выделенная на основе какого-либо одного или нескольких общих для них социальных или психологических признаков.

Группа социального меньшинства — любая социальная группа, идентифицируемая (определяемая и выделяемая) по культурным, расовым, этническим, религиозным и другим признакам, которая подвергается дискриминации или находится в обществе в менее благоприятном положении, чем другие социальные группы. Группа социального меньшинства не обязательно включает в себя небольшое число членов. Главный признак такой группы — это не ее численность, а дискриминация ее членов.

Группа стандартизационная — термин, обозначающий группу, которая, по предположению, представляет рассматриваемую популяцию и используется для стандартизации некоторого психологического теста.

Группа статусная — 1. Сообщество людей, образованное на основе одинаковых социальных статусов, общих форм поведения и привилегий, осознания своей принадлежности к данной группе и т. п. 2. Любое количество людей, рассматриваемых как единая группа на основании того, что они имеют общий статус и единый образ жизни. При этом эти люди не обязательно должны лично знать друг друга, входить в состав какой-либо реально существующей социальной группы или непосредственно общаться друг с другом.

Группа этническая — понятие, обозначающее большую социально-демографическую группу вместе с ее культурой. Члены этнической группы обладают чувством единства и определенными отличиями от других этнических групп. Основанием для выделения этнической группы могут стать общая история, общие социально-культурные традиции, общий язык, географическая близость, расовая принадлежность, религия и ряд других единых социально-демографических признаков.

Групповая динамика — 1. Область исследований в социальной психологии, где изучаются процессы возникновения, функционирования и развития разных социальных групп. 2. Социально-психологические процессы, происходящие в малых группах при их формировании и развитии.

Групповая структура — внутреннее строение социальной группы. При изучении групповой структуры обычно обращают внимание на распределение ролей, каналы коммуникаций, межличностные отношения, лидерство, разделение группы на подгруппы и ряд других явлений.

Групповой структуры возникновения теория (через формирование, конфликт, становление норм и включение в работу) — социально-психологическая теория, утверждающая, что любая социальная группа, независимо от ее индивидуальных особенностей и условий существования, проходит в своем развитии через следующие стадии. 1. Исходная ориентация на межличностные отношения и совместную деятельность (формирование группы). 2. Внутригрупповой конфликт (стадия конфликта). 3. Развитие групповой сплоченности, распределение системы ролей и образование групповых норм (стадия становления групповых норм). 4. Использование возникшей структуры для того, чтобы успешно решать стоящие перед группой задачи (стадия включения в совместную работу).

Группы встреч (группы тренинга чувствительности (сенситивности)) — малые социальные группы, создаваемые в психотерапевтических целях в рамках имеющей аналогичное название практики групповой психотерапии. Теорию и практику работы групп встреч разработали американские психологи Я. Морено и У. Шутц. С групп встреч началось так называемое «движение по освобождению человеческого потенциала».

Группы малой экология — характеристика того, каким образом члены группы, имея возможность свободно перемещаться и размещаться в пространстве, реально располагаются относительно друг друга. К примеру, установлено, что близость личных взаимоотношений непосредственно влияет на то, на каком

расстоянии друг от друга, близком или более отдаленном, они на самом деле располагаются в пространстве.

Группы психодрамы — малые психотерапевтические или психокоррекционные группы, создаваемые и используемые в практике применения метода групповой психотерапевтической работы, который называется «психодрама».

Группы сопоставимые (сравнимые) — термин, обозначающий социальные группы, взятые из одной и той же популяции людей. Такие группы не обязательно являются абсолютно одинаковыми или идентичными. Они обычно представляют собой группы, которые можно сравнивать друг с другом или заменять друг на друга в процессе сопоставления с другими социальными группами, взятыми из иной популяции.

Группы социально-психологического тренинга (Т-группы) — разновидность психотерапевтических (психокоррекционных) групп, создаваемых для организации и проведения группового социально-психологического тренинга.

Группы телесной терапии — малые психокоррекционные или психотерапевтические группы, создаваемые и используемые в практике применения метода телесной терапии.

Группы терапии искусством — психотерапевтические группы, в которых основным средством лечения и избавления людей от проблем психологического характера являются групповые занятия различными видами искусства.

Гутмана шкалы — методы измерения социальных установок, предложенные Н. Гутманом. Шкалы суждения представляют собой кумулятивную шкалу, предназначенную для измерения социальных установок. При использовании этих шкал социальные суждения ранжируются таким образом, что положительный ответ на любое из таких суждений предполагает положительные ответы и на все остальные суждения, занимающие более низкое положение в соответствующей шкале.

Давление социальное — групповое (коллективное) психологическое давление, оказываемое многими людьми на одного человека, особенно тогда, когда эти люди представляют одну и ту же, большую или малую социальную группу.

«Дверью-в-лоб» методика («дверью-в-лицо» методика) (*door-in-the-face technique* — англ.) — метод принуждения человека к согласию на что-либо, при котором от него вначале требуют слишком многого и явно непосильного, с чем он, естественно, не соглашается. Затем требования, предъявляемые ему, постепенно снижаются до более разумного уровня, то есть до такого, на который давление, оказываемое на человека и побуждающее его к согласию, как раз и было рассчитано. Человек в конечном счете соглашается на последнее требование, поскольку оно теперь ему кажется приемлемее, чем то, к которому его принуждали вначале.

Движение человеческого потенциала — общее название совокупности групповых психотерапевтических методов, включающих в себя такие их разновидности, как группы встреч, тренинг чувствительности, тренинг ассертивности и ряд других.

Двух стульев методика (пустого стула методика) — методика, используемая в гештальттерапии. Состоит в том, что клиент, сидя во время сеанса

напротив пустого стула и в окружении психотерапевтической группы, мысленно представляет, что на этом стуле находится знакомый человек. Клиент во время сеанса ведет беседу с ним так, как если бы этот человек действительно в данный момент времени присутствовал и сидел напротив него.

Дегуманизация — отношение одних людей к другим, при котором они не считают других людей личностями или полноценными людьми. Дегуманизация является частью идеологии национализма и фашизма, порождает и оправдывает агрессивные действия в отношении тех, кого считают неполноценными людьми.

Дезадаптация социальная — нарушение нормальных отношений человека с обществом, с людьми и возникновение вследствие этого трудностей общения и взаимодействия с ними. Социальная дезадаптация включает в себя, в частности, ухудшение личных и деловых взаимоотношений человека, невозможность выполнения им своей работы на высоком уровне (с учетом предъявляемых требований), нарушение социально-ролевого или полоролевого взаимодействия с людьми.

Действие социальное — действие человека, рассчитанное на то, чтобы оказать влияние на других людей, социальные группы или процессы, происходящие в обществе.

Делюзия референтности (мания референтности) — тип делирии (маниакального состояния), при котором человек относительно нейтральные, не обидные и не оскорбительные замечания или высказывания, адресованные людям, воспринимает как критику, направленную лично против него.

Деперсонализация — 1. Обезличивание, то есть неправомерное, представляющее собой произвол лишение человека права считаться личностью. 2. Утрата самим человеком таких психологических особенностей, которые характеризуют его как личность. 3. Временное психологическое состояние, встречающееся в случаях, когда человек оказывается участником какой-либо эмоционально возбужденной массы людей, например толпы, и, подчиняясь ее влиянию, действует заодно со всеми другими членами толпы.

Депривация психосоциальная — недостаток контактов человека с людьми, особенно в детском возрасте. Термин «психосоциальная депривация» обычно используется для характеристики неблагоприятной домашней обстановки, в которой ребенок не получает достаточного внимания со стороны родителей, испытывает дефицит общения с ними и другими людьми. Психосоциальная депривация является одной из причин отставания детей в умственном развитии.

Деструктивность — характеристика поведения и черта личности, которая проявляется в стремлении человека к разрушению того, что создано в обществе другими людьми. Понятие деструктивности ввел в научный оборот Э. Фромм, и он же первым исследовал это явление.

Детерминизм культурный — 1. В общем случае — точка зрения, согласно которой поведение и психология человека определяются и формируются под влиянием культурных и социальных факторов. 2. В специальном значении — позиция, согласно которой культура в том ее виде, в каком она разделяется многими людьми и проявляется в их жизни, может стать объектом научного изучения независимо от людей, которые ее создают и разделяют.

Деятельность сверхнормативная (активность сверхнормативная) — деятельность человека или группы людей, выходящая за пределы средней статистической нормы, характерной для деятельности большинства других людей и групп в соответствующем обществе. Сверхнормативная деятельность порождается высоким уровнем развития человека как личности и его ответственности перед людьми, а в жизни социальной группы — внутренней организованностью и высоким уровнем развития ее как коллектива.

Деятельность совместная — вид групповой деятельности, в которой участвуют все члены группы, распределяя между собой обязанности и координируя свои действия друг с другом.

Джона Генри эффект — тенденция повышения производительности и качества группового труда людей за счет того, что их ставят в особое, привилегированное положение и на них обращается повышенное внимание. Эффект Джона Генри фактически был положен в основу новой системы научной организации труда, получившей название «доктрина человеческих отношений».

Дилемма моральная — необходимость выбора одного из двух или нескольких способов поведения, при котором в любом случае (независимо от выбора) нарушаются те или иные нормы морали.

Дилемма социальная — ситуация, в которой непосредственный результат или временная выгода для человека будет выше, если он нарушит социальные нормы, которые соблюдают другие люди. Такая дилемма характеризуется тем, что конечный результат для всех людей значительно уменьшится, если многие индивиды одновременно станут нарушать социальные нормы. Так, если в некоторой социальной группе или стране многие люди решат обманывать друг друга, например воровать, то в конечном счете пострадают не только обворованные ими люди, но и все члены соответствующей социальной группы или общества в целом, включая и их самих.

Дилемма узника (заключенного) — игра, которая используется в экспериментальных исследованиях человеческих взаимоотношений и поведения людей в группе. Суть дилеммы узника как экспериментальной игры заключается в том, что каждому из участников сообщают, что у него есть только два возможных способа игрового поведения: или «признаться», или «не признаться» в «содеянном». При этом каждый участник игры должен принимать самостоятельное решение, не зная ничего о том, какое решение примет другой. Исходы игры могут быть следующими. Если никто из участников игры не «признается», то оба получают минимальную выгоду; если «признаются» оба, то оба проигрывают, но также в минимальной степени; если же один из них «признается», а другой нет, то тот, кто «признался», получает преимущества, в то время как для второго признание первого оборачивается наибольшими потерями.

Директивный — 1. Содержащий в себе строгое указание, приказ или распоряжение. 2. Обязательный для исполнения. 3. Властный, не терпящий возражений.

Дискриминация — неодинаковое (предвзятое, субъективное) отношение человека к людям или социальным группам, зависимое от таких факторов, как национальность, социальная принадлежность, пол, культура и т. п.

Диспозиция — предрасположенность, готовность человека к определенным действиям.

Дистанции социальной шкала — методика, предназначенная для измерения социальной дистанции между группами людей, имеющими разные социально-демографические признаки. При пользовании шкалой социальной дистанции испытуемый указывает степень близости (интимности) взаимоотношений, на установление которых он готов пойти с другими людьми, представляющими иную социальную, расовую или национальную группу.

Дистанция психологическая — 1. Выражение, обозначающее так называемое «психологическое расстояние» между людьми. В данном случае — это субъективная мера психологической отчужденности людей друг от друга, выражающаяся в их нежелании идти на сближение друг с другом, устанавливать близкие взаимоотношения, быть открытыми, откровенными и доверять друг другу. 2. Своеобразное психологическое «расстояние» между людьми, на котором они предпочитают держаться и общаться друг с другом. Наибольшая психологическая дистанция обычно существует между людьми, которые занимают разное положение в обществе, относятся к разным социальным группам, придерживаются различных религиозных убеждений, культур, морали, систем ценностей. 3. Мера психологического недоверия одного человека к другому, степень его желания ограничить общение с другим человеком. 4. Уровень взаимного непонимания людьми друг друга.

Дистанция социальная — 1. Социально-психологические различия, существующие между группами людей, занимающими разное положение в обществе. 2. Степень близости (отдаленности) личных или деловых взаимоотношений, которые складываются между людьми. Чем лучше такие взаимоотношения, тем меньше социальная дистанция между соответствующими людьми, и наоборот: чем хуже взаимоотношения, тем больше социальная дистанция между ними. 3. Мера разделенности людей и социальных групп в системе так называемых «вертикальных» и «горизонтальных» отношений.

Дистресс — отрицательное влияние стрессовой ситуации на деятельность человека, вплоть до ее полного разрушения.

Дифференциация социальная — процесс, в результате которого общество разделяется на классы, группы, страты, слои, людей, исполняющих разные социальные роли, людей, имеющих различные социальные статусы, и т. п.

Диффузия ответственности — субъективное разделение ответственности, которую за тот или иной поступок должен нести один человек, между несколькими людьми. Явление диффузии ответственности возникает тогда, когда соответствующий поступок или действие, в том числе противоправное, совершены многими людьми и трудно точно установить, кто персонально должен нести за него ответственность. Это явление обычно наблюдается в группе или толпе людей.

Догма — не подвергаемое сомнению, непререкаемое мнение, основанное на авторитете и принимаемое на веру независимо от наличия противоречащих ему фактов и отсутствия убедительного доказательства его истинности.

Дух времени (*Zeitgeist* — нем.) — интеллектуальная и культурная атмосфера, характерная для общества в тот или иной исторический период его

существования. Дух времени — философское понятие, введенное и впервые использованное в немецкой классической философии. Им пользовались философы XVIII и XIX веков для обозначения общего психологического состояния общества, объяснения событий, происходивших в данное время, а также для характеристики психологических особенностей и поведения людей соответствующей эпохи.

Дух (разум) групповой — гипотетический коллективный дух или общий разум некоторой совокупности людей, якобы способный жить и существовать сам по себе, независимо от духа и разума каждого отдельно взятого человека. В наличие группового духа раньше верили многие психологи и философы, например И. Кант, У. Макдугалл. Немецкий философ Кант, а вслед за ним Гегель использовали это понятие в своих трудах, обозначая его как «дух народа». По мнению этих ученых, групповой дух характеризует психологическое состояние определенной социальной группы или общество в целом.

«Душа народа» — словосочетание, которое часто и с не вполне точным содержанием использовалось в работах по этнической психологии в XVIII–XIX веках. Под «душой народа» чаще всего понимались национальные (этнические) психологические особенности, свойственные тому или иному народу и отличающие его от других народов. В содержание понятия «душа народа» время от времени включали нормы морали, ценности, формы социального поведения (обычаи, традиции), веру, виды искусств, характерные для данного народа, его образ жизни. Наряду с понятием «душа народа» в качестве его синонимов употреблялись словосочетания «народный дух», «народный характер». Считалось, что «душу народа» можно изучать через анализ языка и речи, исследование чувств, отношений и реальных дел людей.

Евгеника — наука, созданная в конце XIX века английским ученым Ф. Гальтоном и обозначенная им как область знаний, касающихся вопросов «улучшения» породы людей через разумно регулируемый отбор брачных пар. Вначале евгеника представляла собой чистую науку, призванную лишь исследовать законы наследования свойств человека и не предполагающую использование результатов соответствующих исследований в реальной политике. Однако позднее это учение было использовано фашистами в Германии для идеологического оправдания проводимых ими варварских экспериментов над людьми во время Второй мировой войны и для физического уничтожения многих, якобы «неполноценных», народов. По данной причине современные ученые предпочитают не пользоваться термином «евгеника», как, впрочем, и свастикой, воспринимаемой как символ фашистов, хотя этот знак известен с древности как символ плодородия и встречается у многих древнейших народов Востока.

Единомыслие групповое — вид коллективного мышления, характерного для людей, объединенных в сплоченную, высокоразвитую группу. При групповом единомыслии все или почти все члены группы думают одинаково, критика в группе практически отсутствует и на членов группы, которые высказывают мнение, отличное от мнения большинства, оказывается сильное групповое давление (к ним могут быть применены так называемые групповые санкции). Групповое единомыслие обычно проявляется в те моменты

жизни группы, когда ее члены особенно озабочены поиском и сохранением внутреннего единства группы.

Единство ценностно-ориентационное — социально-психологическая характеристика групповой сплоченности, предложенная в стратометрической концепции коллектива А. В. Петровского вместо сплоченности, определяемой по взаимным социометрическим выборам (индексу социометрической сплоченности).

Желательность социальная — 1. Характеристика поведения, которое, будучи социально одобренным, делает ведущего себя соответствующим образом человека привлекательной для других людей личностью. 2. Предварительная настройка или установка, в соответствии с которой человек реагирует на социально оценивающие вопросы так, чтобы быть довольным собой и оставаться привлекательным для других людей. 3. Типичная ошибка, характерная для так называемых самооценочных методов. Эта ошибка проявляется в склонности опрашиваемых скрывать вещи, неприятные для них самих или представляющие их в неблагоприятном свете в глазах окружающих людей, и, наоборот, в приукрашенном виде сообщать о себе такое, что должно произвести хорошее впечатление на окружающих людей.

Зависимость полевая (независимость полевая) — зависимость (независимость) психики и поведения человека от окружающей среды, от сложившейся обстановки, ситуации, от тех сил и воздействий, которые влияют на него со стороны. Соответственно зависимость полевая означает сильное воздействие обстановки на человека, а независимость — слабое воздействие, то есть способность человека вести себя самостоятельно, руководствуясь собственными соображениями.

Зависимость психологическая — 1. Отношения между людьми, при которых одни из них нуждаются в поддержке или находятся под влиянием других. 2. Черта личности человека, который часто оказывается под влиянием окружающих людей.

Заражение — бессознательная передача эмоций и других психологических состояний от человека к человеку.

Заражение поведенческое — тип психологического заражения, при котором человек, у которого существует внутренний конфликт по поводу того, стоит или не стоит вести себя определенным образом в некоторой социальной ситуации, может в конечном счете решиться на определенные действия, если убедится в том, что другие люди ведут себя точно так же.

Защита территориальная — тенденция человека или животного защищать ту часть территории, жизненного пространства, на которой он или оно обитает и считает своей.

«Здесь и теперь» принцип — правило, используемое в практике проведения социально-психологических тренингов или психологического консультирования. Согласно данному принципу все: внимание, мышление, переживания и действия клиента во время тренинга или в процессе консультирования — должно быть полностью сосредоточено на том, что с ним происходит сейчас, в данный момент времени, а не происходило в прошлом или может произойти в будущем.

Зеркализация — сознательное повторение психологом-консультантом (психотерапевтом) телодвижений клиента, манеры его поведения, тона высказываний и т. п. Это один из приемов оказания психологического воздействия на клиента, используемый при проведении психологического консультирования, а также в практике психокоррекции или психотерапии. Данный способ работы позволяет психологу-консультанту (психотерапевту) глубже понимать состояния, мысли и переживания клиента, устанавливать и поддерживать с ним близкие, доверительные отношения.

Зеркализация чувств — максимально точное воспроизведение эмоциональных переживаний (чувств) клиента во время психологического консультирования или сеанса психотерапии.

Злой воли трансформация — термин Г. Салливана, означающий возникновение невротического чувства, при котором человеку начинает казаться, что он живет среди врагов, среди тех людей, которые управляют, манипулируют им, контролируют его жизнь, действия и поступки. К таким людям, которые якобы манипулируют ими, невротические личности нередко относят врачей, учителей, родителей, психологов, которые на самом деле им помогают.

Значимый другой — термин Г. Салливана, обозначающий в его работах человека, который является важным (ценным) для данного человека, способен оказывать на него существенное психологическое влияние.

Зоны психологические (дистантные) — области так называемого «личностного пространства», в пределах которых приемлемы (допустимы, считаются нормальными) различные по степени близости взаимоотношения между людьми, располагающимися по отношению друг к другу в пределах соответствующих зон. Существуют разные варианты установления размеров подобных психологических (дистантных) зон. Один из них следующий: меньше 45 см от поверхности тела человека — интимная зона; от 45 до 120 см — личная зона; от 120 до 360 см — социальная зона; 360 см и более — публичная зона.

Идентификация — 1. Установление сходства одного человека с другим, направленное на собственное развитие идентифицирующегося с ним лица. 2. В психоанализе — процесс, посредством которого человек сознательно или бессознательно ведет себя так, как будто он и есть некоторый другой человек, с которым он себя идентифицирует. Так понимаемая идентификация имеет место тогда, когда между двумя людьми складываются достаточно близкие эмоциональные связи и отношения. 3. Умственное действие, посредством которого человек сознательно или бессознательно приписывает себе свойства другого человека или определенной группы людей.

Идентификация групповая — отождествление человеком себя с членами какой-либо определенной социальной группы.

Идентичности социальной теория — теория, согласно которой люди бессознательно ищут других людей, похожих на них, так как это повышает и укрепляет их собственную самооценку.

Идентичность социальная — часть Я-концепции человека, включающая в себя его представления о себе как о члене определенной социальной группы.

Идеология — устойчивая система моральных, политических, правовых, экономических, религиозных, философских и иных взглядов и идей, характеризующих общество или определенную социальную группу. Данная система также включает в себя ценности и цели жизни, религиозные и иные социальные установки. Она представляет основную часть социальной психологии людей. От нее зависит формирование и развитие частных психологических особенностей и поведения людей, разделяющих данную идеологию или находящихся под ее влиянием.

Избегания ритуалы — термин Е. Гоффмана, используемый для обозначения разнообразных социальных «механизмов», которые люди применяют для того, чтобы сохранять социальную дистанцию между собой и другими людьми, а также для того, чтобы обеспечить формальный уровень социального взаимодействия и одновременно с этим сохранить свою индивидуальность (независимость). Ритуалы избегания вместе с ритуалами презентации образуют то, что сам Гоффман называет «почтительным» поведением.

Императива морального закон — закон, согласно которому человек всегда должен поступать в соответствии с всеобщими моральными принципами, принятыми и разделяемыми другими людьми. Закон морального императива сформулировал И. Кант. По его этическим взглядам, человека нельзя рассматривать как средство достижения цели, так как он сам, его благополучие и развитие есть главная, ни на что другое не заменяемая и не размениваемая цель.

Имплицитная теория личности — устойчивое неосознаваемое представление человека о том, как у людей взаимосвязаны особенности их внешности, поведение и психология. Такое представление включает в себя следующее содержание: какие свойства личности человека чаще всего сочетаются друг с другом в психологии личности, какие поступки они чаще всего вызывают, как все это соотносится с внешностью человека. Действие имплицитной теории личности проявляется в особенностях восприятия и оценки людьми друг друга, а также в прогнозировании их поступков.

Импунитивность — склонность человека реагировать на фрустрацию путем спокойного, взвешенного оценивания тех событий, которые к ней привели, без гнева или агрессии против себя или других людей.

Ингибция социальная — социально-психологическое явление, в котором выражается отрицательное, подавляющее или тормозящее воздействие окружающих людей на психологические процессы, состояния и поведение данного человека. Социальная ингибция проявляется, например, в том, что человек в присутствии людей, которые наблюдают за ним или взаимодействуют с ним, не полностью реализует свои возможности, не проявляет те способности, которые у него имеются.

Инграция (*ingratiatio* — англ.) — 1. Попытка, предпринимаемая по каким-либо не вполне ясным мотивам, сделать другого человека психологически похожим на себя. 2. Использование таких психологических приемов (стратегий), в том числе лести или обмана, с помощью которых одни люди пытаются добиться расположения других людей.

Ин-группа (*ingroup* — англ.) — 1. Группа людей, к которой человек себя причисляет. Она иногда называется «своей группой» или «группой-мы». Противопоставляется аут-группе. 2. Избранная группа людей, членов которой характеризует сильно выраженное чувство идентификации с группой собственной избранности (элитарности) и стремление вести себя так, чтобы исключить вхождение в состав данной группы других людей.

Индивидуализация — 1. В общем случае — приобретение кем-либо каких-либо своеобразных, характерных свойств, отличающих данного человека от других людей. 2. Превращение человека в своеобразную, уникальную личность, отличающуюся от других личностей. 3. Занятие человеком особого положения в системе отношений, сложившихся в некоторой социальной группе. 4. Попытка человека психологически обособиться, отделить себя от окружающих людей.

Индивидуализм — концепция и философия жизни, отдающая предпочтение индивидуальным интересам и ценностям в противоположность коллективизму, отдающему предпочтение коллективным или социальным (например, групповым, государственным) интересам и ценностям.

Инженерия социальная — 1. Технология целенаправленного социального контроля и воздействия на психику и поведение человека, основанная на бихевиористском учении. 2. Направление научно-прикладных исследований и связанной с ними практики, возникшее в первой половине XX века в США на базе синтеза социологии, биологии и психологии (бихевиоризма). Создателем этого направления считается американский психолог — необихевиорист Б. Скиннер. В задачу социальной инженерии входила разработка и применение методов практического, биосоциального и психологического (стимульно-поведенческого) воздействия на человека.

Инкультурация — процесс, посредством которого человек внутренне и внешне адаптируется к условиям новой для него культуры. Термин «инкультурация» был предложен социологом М. Мид.

Инстинкт социальный — образное выражение, означающее склонность человека искать, устанавливать и поддерживать социальные контакты с людьми. С научной точки зрения слово «инстинкт» в данном случае не вполне подходит, так как с ним связано определенное содержание, отличное от того, которое в него вкладывается в психоанализе.

Институт социальный — любая социальная организация, существующая в обществе и играющая в нем определенную роль, например социальные институты власти, образования, семьи.

Интеграция групповая — процесс объединения людей в социальную группу, сопровождающийся повышением внутреннего единства и сплочением соответствующей группы.

Интеграция культурная — устранение несоответствия между культурными нормами и формами поведения людей, их объединение в новую, целостную и непротиворечивую культурную систему.

Интеграция социальная — 1. Процесс объединения отдельных элементов общества в единую социальную систему, организацию, например в социальную

группу. 2. Принятие нового человека в уже существующую социальную группу в качестве ее полноправного члена.

Интеллект групповой — обобщенное, метафорическое название вида интеллекта, который практически измеряется с помощью любого психологического теста интеллекта, предназначенного для оценивания среднего уровня интеллектуального развития отдельных людей, но предлагаемого не одному человеку, а группе людей.

Интеллект коммуникативный — совокупность умственных способностей человека, проявляющихся в решении задач, которые возникают в процессе общения человека с людьми.

Интеллект социальный — 1. Умственная способность, позволяющая человеку правильно воспринимать и оценивать людей, социальные события, прогнозировать ход этих событий, а также поступки людей. Термин «социальный интеллект» в этом его определении предложен Дж. Гилфордом. 2. Результат развития общего интеллекта человека под влиянием социальных факторов. В этом его значении термин «социальный интеллект» был использован Г. Айзенком.

Интеракционизм — психологическое учение, в котором утверждается, что приобретаемые человеком психологические свойства и формы поведения являются результатом взаимодействия (интеракции) того, что человеку дано от природы (биологического), и того, что дает человеку общество (что является социальным).

Интеракционистические (интеракционистские) теории личности — теории личности, в которых человек как личность представлен через свойства, характеризующие его взаимодействие с людьми, например через понятие «социальная роль». В свою очередь, поведение человека в интеракционистических теориях личности объясняется через взаимодействие (интеракцию) внутренних (психологических) и внешних (социальных) факторов, то есть собственных психологических особенностей человека и окружающей среды.

Интеракция — взаимодействие или влияние, оказываемое людьми друг на друга. В процессе интеракции действия одного человека являются одновременно и стимулами, и реакциями на действия другого человека.

Интервью — метод социально-психологического исследования, основанный на проведении личной беседы с человеком. В ходе такой беседы человеку задается ряд вопросов, которые или заранее продуманы психологом, или возникают у него в процессе проведения интервью.

Интервью глубокое — разновидность интервью, цель которого заключается не в том, чтобы выявить и поверхностно (в общем) описать некоторое явление, а в том, чтобы глубоко исследовать его, определив разнообразные проявления данного явления и выявив его возможные причины.

Интервью недирективное — свободное, ненавязчивое интервью, в котором интервьюируемый человек имеет право самостоятельно решать, стоит или не стоит ему отвечать на задаваемые вопросы и как отвечать на них. При недирективном интервью сам интервьюируемый может изменять содержание тех вопросов, на которые он дает ответы.

Интервью неструктурированное (нестандартизированное) — разновидность интервью, в котором изначально не определены его тема, вопросы, возможные ответы на них и способы интерпретации ответов. Все это уточняется и может изменяться в ходе проведения интервью. Неструктурированное интервью также иногда называют свободным или нестандартизированным.

Интервью структурированное (стандартизированное) — разновидность интервью, в котором все заранее продумано и организовано, в том числе его тема, вопросы, их порядок, возможные ответы на них, способы интерпретации этих ответов и другое. Синонимом структурированного интервью является стандартизированное интервью.

Интервьюера предубежденность — субъективный настрой человека, проводящего интервью, порождающий, как правило, ошибки в получаемых им данных. Предубежденность интервьюера может проявляться, в частности, в том, что он, сам того не замечая, начинает задавать интервьюируемому односторонние вопросы и обращает внимание лишь на те его ответы, которые подтверждают желательную для интервьюера точку зрения.

Интернализация — буквально — присвоение, усвоение, превращение чего-либо внешнего по отношению к человеку в его внутреннее, психологическое свойство. Термин «интернализация» чаще всего используется в социологии, но иногда его применяют и в психологии. Основные значения интернализации в этих науках следующие. 1. Принятие человеком убеждений, ценностей, социальных установок, норм, способов поведения некоторой социальной группы как своих собственных. Интернализация в этом ее понимании отличается от социализации тем, что при социализации психология и поведение человека уподобляется психологии и поведению социальной группы, но без внутреннего изменения психологии самого человека, а при интернализации это изменение имеет место. 2. Освоение человеком определенной системы правил, представленных в абстрактном виде. В социальной психологии термин интернализация был введен в научный оборот социологом М. Мид для обозначения факта усвоения человеком культуры других людей, их психологии, обычаев и традиций.

Интерперсональная теория — общее название ряда социально-психологических теорий и теорий личности, в которых особое значение в формировании личности, управлении социальным поведением людей придается общению и взаимодействию соответствующих людей.

Интерперсональные качества личности — 1. Совокупность качеств личности, проявляющихся в межличностном общении людей, например в процессе общения психолога-консультанта с клиентами. 2. Личностные качества человека, выделяемые и описываемые в интеракционистических (интеракционистских) теориях личности.

Интерперсональный — 1. Характеризующий отношения между двумя и более людьми. 2. Относящийся к явлениям, свойствам, эффектам и т. п., возникающим в процессе общения и взаимодействия людей между собой.

Интерсубъективный — 1. Психологические и другие явления, которые одинаково представлены в сознании разных людей, одинаково воспринимаются и переживаются ими. 2. Определение, указывающее на согласие или на

необходимость согласия в чем-либо нескольких людей. Например, словосочетание «интерсубъективная проверяемость» характеризует один из критериев научности, в соответствии с которым любой эффект или явление не считаются достоверно установленными, если факт их существования не подтвержден несколькими независимыми экспертами.

Каналы коммуникаций — социально-психологическое понятие, характеризующее процессы обмена информацией, происходящие в малых группах; система личных контактов (взаимодействий) между членами группы, благодаря которым осуществляется их межличностное общение и происходит обмен информацией друг с другом.

Климат авторитарный (атмосфера авторитарная) — термин, предложенный К. Левином для характеристики психологического состояния и отношений в группе людей, которую возглавляет авторитарный лидер.

Климат демократический — термин, отражающий характер человеческих отношений, складывающихся в группе, возглавляемой демократическим лидером.

Климат интеллектуальный — образное название уровня интеллектуального взаимодействия людей в некоторой социальной группе, на котором люди общаются друг с другом в данной группе и действуют в отношении друг друга. Нередко понятие «климат интеллектуальный» применяется по отношению к семье. В этом частном его значении данное понятие было использовано Р. Зайонцом.

Климат попустительский — термин, отражающий характер человеческих взаимоотношений, складывающихся в социальной группе, возглавляемой либеральным (попустительским, анархическим) лидером.

Климат психологический (социально-психологический) — общая интегральная система человеческих отношений, сложившихся в данной социальной группе. Так называемый психологический климат включает в себя отношения людей к делу и друг к другу, соблюдение или несоблюдение ими норм морали, удовлетворенность или неудовлетворенность тем, что происходит в группе и за ее пределами, и т. п.

Когнитивного диссонанса теория — социально-психологическая теория, предложенная американским психологом Л. Фестингером. Согласно этой теории несоответствие, противоречие или конфликт в знаниях человека о каком-либо объекте, значимом для него, вызывают у человека неприятные эмоции, от которых он стремится избавиться путем приведения соответствующих знаний к согласованию, или когнитивному консонансу. Добиться состояния когнитивного консонанса человек может одним из следующих способов. 1. Изменить одни из имеющихся у него знаний таким образом, чтобы они соответствовали другим. 2. Отбросить, подвергнуть сомнению те знания, которые поступили последними по порядку и оказались не соответствующими прежним знаниям. 3. Добавить в систему имеющихся знаний такие новые знания, которые снимают противоречие, возникшее между прежними знаниями.

Коллектив — социальная группа высокого уровня развития. Отличается хорошими личными и деловыми взаимоотношениями, высокой организованностью и эффективностью деятельности, ответственностью, коллективизмом,

сплоченностью, организованностью, открытостью и информированностью. В работе коллектива отчетливо проявляется сверхаддитивный эффект.

Коллектива концепция параметрическая — социально-психологическая концепция коллектива, разработанная Л. И. Уманским. В соответствии с параметрической концепцией коллектива группа в своем развитии проходит через четыре стадии: диффузная группа (группа, в которой слабая сплоченность и нет внутреннего, организационного единства), группа-кооперация (группа, в которой члены только взаимодействуют, кооперируют друг с другом, но каждый занят своим личным делом; в группе-кооперации также отсутствует подлинное внутреннее, организационное единство, характерное для высоко развитого коллектива), группа-корпорация (это группа, которая уже является внутренне единой, сплоченной, но занята только своими внутренними делами, не делает и не стремится делать ничего полезного для общества в целом) и группа-коллектив (внутренне единая, сплоченная группа, деятельность которой становится полезной не только для ее членов, но и для общества в целом).

Коллектива концепция стратометрическая — социально-психологическая концепция, представляющая и описывающая систему отношений в развитии коллективе. Стратометрическая концепция коллектива была разработана А. В. Петровским. Согласно этой концепции в развитом коллективе существует три слоя (страты) взаимоотношений: отношения членов коллектива к содержанию совместной деятельности (первый слой), межличностные отношения, опосредствованные содержанием совместной деятельности (второй слой — главный для коллектива), и эмоционально-непосредственные взаимоотношения (третий слой отношений, который в стратометрической концепции коллектива рассматривается как второстепенный, не характеризующий социальную группу как коллектив).

Коллективизм — 1. Стремление людей, объединенных в социальную группу, работать вместе, делать все сообща, не противопоставляя личные интересы интересам друг друга. Коллективизм характеризует поведение людей в группе, достигшей уровня развития коллектива, и по своим социально-психологическим проявлениям противоположен индивидуализму. 2. Модель социальной культуры и социальных отношений, основанная на идее выгоды, извлекаемой множеством людей из их совместной коллективной жизни. Многие из культур, существующих в мире, в том числе традиционная русская культура, а также ряд культур стран Латинской Америки, Азии и Африки считаются коллективистскими, в то время как современная культура США и культуры некоторых стран Европы считаются индивидуалистскими.

Команда — сплоченная и эффективная малая группа людей, зарубежный аналог высокоразвитой группы, которую в отечественной социальной психологии принято называть коллективом.

Коммуникации — обмен информацией, общение, связи или взаимодействие людей в группе или в обществе.

Коммуникации массовые — процессы передачи и обмена информацией между большими группами (массами) людей с помощью средств массовой информации, к которым относятся печать, радио, телевидение, телефон,

Интернет. Массовые коммуникации рассчитаны на одновременную передачу и получение большим количеством людей одной и той же информации или на массовый, многоканальный и параллельный обмен информацией между большими группами людей.

Коммуникации невербальные — всевозможные средства общения людей, не связанные с использованием языка, устной (разговорной) или письменной речи. К невербальным коммуникациям чаще всего относят жесты, мимику, пантомимику, разнообразные физиологические и физические реакции организма, а также контекстуальные факторы, несущие в себе определенную информацию о психологии человека.

Коммуникаций и социального влияния теория (Л. Фестингера) — социально-психологическая теория, согласно которой все социальные группы создают и оказывают определенное психологическое влияние (давление) на их членов, заставляющее членов соответствующей группы мыслить и вести себя единообразно. Степень порождаемого таким способом единообразия, в свою очередь, зависит от следующих факторов. 1. Исходные расхождения во мнениях членов группы. 2. Сплоченность соответствующей группы. 3. Отношения членов группы к групповым целям и к обсуждаемым в ней проблемам и вопросам.

Коммуникация восходящая (*upward communication* — англ.) — передача сообщения в некоторой организации снизу вверх, или от подчиненных к руководителям.

Коммуникация двухсторонняя — сообщение, рассчитанное на убеждение людей и содержащее в себе одновременно аргументы «за» и «против» какой-либо точки зрения. Двухсторонняя коммуникация лучше действует на образованных и интеллектуально развитых людей, в отличие от односторонней коммуникации, которой больше поддаются малообразованные и интеллектуально слабо развитые слои населения.

Коммуникация двухступенчатая (двухступенчатый поток информации) (*two-step flow of communication* — англ.) — процесс обмена информацией между людьми, в ходе которого обмен осуществляется не напрямую от человека к человеку, а через так называемых лидеров мнений соответствующих социальных групп, которые, в свою очередь, могут изменять содержание сообщения так, как им это выгодно.

Коммуникация нисходящая (*downward communication* — англ.) — термин из области психологии управления, означающий передачу сообщения (информации) в некоторой организации от руководителей к подчиненным работникам, или сверху вниз.

Коммуникация односторонняя — сообщение, рассчитанное на убеждение людей и содержащее в себе аргументы в пользу только одной из обсуждаемых в нем точек зрения.

Коммуникация убеждающая — некоторое сообщение, которое должно убедить человека в необходимости принять определенную точку зрения.

Коммунитаризм — термин, происходящий от соединения слов «коллективизм» и «индивидуализм». В социальной психологии коммунитаризм означает концепцию и философию жизни, в рамках которой пытаются объединить

друг с другом идеи и ценности двух обозначенных выше разных учений, а также связанных с ними концепций общественного устройства. Иногда это частично удастся сделать, соединив, например, уважение прав человека, характерное для индивидуализма, с заботой о благополучии каждого члена общества или группы, свойственной коллективизму.

Компетенция коммуникативная — социально-психологическое понятие, означающее совокупность знаний, умений и навыков, необходимых человеку в его общении с людьми. В состав коммуникативной компетенции входят знания личностных особенностей людей, умение правильно воспринимать и оценивать их, предсказывать их поведение, оказывать на них влияние и многое другое, от чего может зависеть успешность общения и взаимодействия человека с людьми.

Комплементарность (взаимодополнительность) — 1. Тенденция человека искать других людей, которые обладают качествами, дополняющими его собственные психологические свойства. 2. Стремление людей к установлению хороших взаимоотношений с теми, кто обладает свойствами, отсутствующими у них самих.

Конвенционализм — одно из философско-психологических учений, касающихся трактовки сущности и происхождения нравственных норм, категорий добра, зла, морали и социальных норм. Согласно конвенционализму все это является результатом согласия (конвенции) людей, сложившегося на определенном этапе их исторического развития.

Конвенциональность — 1. Поведение человека в соответствии со сложившимися стандартами или социальными стереотипами. 2. Личностная характеристика, в которой проявляется склонность человека вести себя в строгом соответствии с социальными условностями и нормами.

Контактности межрасовой (межнациональной) теория — теория, созданная американским психологом Куком и утверждающая, что улучшение взаимоотношений людей, относящихся к различным расам или национальностям, напрямую зависит от ситуации, в которой эти люди контактируют между собой, от самих людей и от того, чем этим людям вместе приходится заниматься. К примеру, в соответствии с теорией межрасовой контактности предполагается, что отношения между представителями различных рас и национальностей будут улучшаться, если ситуация, в которой происходят их контакты друг с другом, характеризуется следующими особенностями. 1. Одинаковыми социальными статусами участвующих в ней людей. 2. Наличием у людей потребности в сотрудничестве друг с другом. 3. Сходством их психологии и реакций на сложившуюся социальную ситуацию. 4. Близостью отношений, в которые им приходится вступать друг с другом в данной ситуации. 5. Наличием непредвзятых социальных норм поведения и следованием им в своем реальном поведении.

Контекст социальный — то, что реально окружает человека в социальной группе или в обществе, оказывает на него влияние. В социальный контекст входят социальные роли, которые берут люди на себя, их интересы и мотивы, оценки, действия и реакции на поведение друг друга.

Контент-анализ — 1. Общее название ряда методов содержательного анализа устных и письменных высказываний, текстов, документов и т. п. В результате

проведения контент-анализа из него извлекается информация о психологии авторов (создателей) соответствующих текстов или тех людей, которые в них описаны. 2. Метод социально-психологического исследования, основанный на изучении психологии человека через содержательный анализ связанных с этим человеком (с событиями его жизни) текстов, документов, вещей и т. п. с расчетом на то, чтобы в итоге можно было сделать определенные выводы о психологических особенностях данного человека.

Контроль социальный — понятие из области социологии и социальной психологии, обозначающее способы и формы регулирования психологии и поведения людей со стороны общества. Социальный контроль включает в себя правовые, экономические и моральные воздействия, оказываемые органами управления обществом на людей, которые соответственно соблюдают или нарушают принятые в данном обществе социальные нормы. Социальный контроль осуществляется также через гласные и негласные моральные предписания, касающиеся того, каким должно быть нормальное или лояльное поведение членов данного общества. Одна из форм социального контроля — социализация, и через нее — интернализация норм и ценностей соответствующего общества. Социальный контроль может осуществляться в двух формах: позитивной и негативной. Позитивная форма социального контроля состоит в поощрениях, наградах, одобрении, предоставлении членам общества каких-либо привилегий и т. п., а негативная — в неодобрении, наказании, угрозе наказания и т. п.

Контроля субъективного уровень (УСК) — мера способности человека контролировать свои познавательные процессы, психологические состояния и поведение, осуществлять их волевую саморегуляцию, а также брать на себя ответственность за происходящее вокруг.

Контрсуггестивность — 1. Сознательное активное сопротивление человека внушению, сопровождающееся с его стороны стремлением оказать внушающее воздействие на того, кто ему что-либо пытается внушить. 2. Сопротивление внушению, проявляющееся в стремлении человека делать нечто противоположное тому, что ему пытаются навязать (внушить).

Контрсуггестия — любое действие, направленное на устранение или уменьшение внушающего воздействия, оказываемого на данного человека со стороны других людей. В специальном, более узком значении термин «контрсуггестия» может означать следующее. 1. Ответное внушающее воздействие человека на попытку оказать на него влияние. Контрсуггестия может проявляться, в частности, в том, что человек, на которого оказывается внушающее воздействие, осознанно или неосознанно занимает позицию, прямо противоположную той, которую ему стараются внушить, и тем самым активно противодействует оказываемому внушению. Контрсуггестия обычно рассчитана на уменьшение внушающего эффекта, оказываемого на данного человека со стороны. 2. В исследованиях Ж. Пиаже слово «контрсуггестия» означает экспериментальное воздействие на ребенка, внушение ему чего-либо такого, что противоречит тому, что сам ребенок сказал или заявил. Цель такого воздействия состоит в том, чтобы проверить, насколько тверды собственные убеждения ребенка, и определить, как ребенок будет защищать и отстаивать собственное мнение.

Конфликт — столкновение противоречивых, противоположных взглядов, несовместимых друг с другом точек зрения, интересов, норм и форм поведения. Конфликт — трудноустраняемое разногласие между людьми, чреватое серьезными, далеко идущими последствиями.

Конфликт внутриличностный — состояние неудовлетворенности человека какими-либо сторонами его жизни, связанное, например, с наличием у него противоречащих друг другу интересов, стремлений, потребностей и т. п.

Конфликт групповой (внутригрупповой) — разновидность межличностного конфликта, который возникает между членами какой-либо социальной группы.

Конфликт двойной типа «приближение — удаление» — вариант простого конфликта, при котором каждая из двух целей, к достижению которых стремится человек, имеет как позитивный, так и негативный аспекты, то есть одновременно и притягивает, и отталкивает человека.

Конфликт культурный — 1. Конфликт, возникающий у человека или группы людей при столкновении с двумя или более противоречащими друг другу культурными стандартами, которые примерно одинаково приемлемы или неприемлемы и несовместимы друг с другом. 2. Конфликт между группами относительно различных культурных стандартов, норм и форм поведения.

Конфликт межличностный — конфликт, который относится к взаимоотношениям двух или нескольких людей и выражается в несовместимости, противоречивости их позиций, взглядов, ценностей, мнений, морали, поступков и т. п.

Конфликт ролевой — конфликтная социальная ситуация, в которой человеку приходится играть две или более несовместимые друг с другом роли.

Конфликт «сближение — удаление» — разновидность внутриличностного или межличностного конфликта, при котором один и тот же объект — человек, предмет, событие и т. п. — одновременно порождает как желание сблизиться с ним (приблизиться к нему), так и желание удалиться от него (избежать его). Предполагается, что привлекательная и отталкивающая сила данного объекта как бы уравнивают друг друга, и от этого сам конфликт становится для человека трудноразрешимым.

Конфликт типа «избежание — избежание» — конфликт, характеризующийся необходимостью выбора одной из двух в одинаковой степени непривлекательных целей. Конфликт данного типа создает неприятную для человека ситуацию, в которой он неизбежно страдает и поэтому часто отказывается осуществлять свой выбор.

Конфликт типа «приближение — приближение» — конфликт, который проявляется в ситуации вынужденного выбора одной из двух в равной степени привлекательных, но несовместимых друг с другом целей. Такой конфликт обычно разрешается за счет произвольного, сознательного выбора одной из этих целей и волевого стремления к ней, физического или метафорического (психологического).

Конформизм — социально-психологическое явление, характеризующееся массовым конформным поведением людей в группе или обществе.

Конформность — в общем случае — тенденция человека поддаваться воздействию чьих-либо взглядов, убеждений, социальных установок. В частных

случаях употребление термина «конформность» может иметь следующие значения. 1. Податливость человека воздействию мнений других людей. В этом случае человек изменяет только поведение, но внутренне остается при своем мнении. 2. Нискритическое принятие человеком чужого мнения, сопровождающийся отказом от защиты или от отстаивания собственного мнения. 3. Личностная (подлинная, истинная) конформность. В этом случае человек ведет себя так, как будто он имеет определенные несвойственные ему черты личности. При этом человек может публично защищать чужое мнение, руководствуясь какими-либо конъюнктурными соображениями. Конформность в этом случае — результат расчета, а также следствие психологического давления, оказываемого на человека со стороны окружающих людей, особенно в референтных для него социальных группах.

Конфронтация — конфликт, прямое (непосредственное) столкновение людей друг с другом, открытое противостояние их взглядов, мнений, интересов, позиций.

Концентрационного лагеря расстройство — необычное нервное расстройство, наблюдавшееся у тех людей, кто провел много времени в концентрационном лагере, где фашисты во время Второй мировой войны держали и уничтожали представителей разных национальностей. Концентрационного лагеря расстройство обычно рассматривается как форма посттравматического стрессового расстройства, которое отличается от других нервных расстройств наличием особого симптома — чувства вины выжившего перед погибшими в данном концентрационном лагере людьми.

Конъюнктура поведения (конъюнктурное поведение) — поведение человека в социальной ситуации, исходящее не из его внутренних убеждений и взглядов, а из сложившейся обстановки и рассчитанное на то, чтобы извлечь для себя пользу из сложившихся обстоятельств.

Копинг-стратегия — 1. Сознательный, рациональный способ борьбы человека с жизненными тревогами. Термин «копинг-стратегия» относится к формам поведения, направленным на устранение источников тревог, в отличие от защитных стратегий, которые имеют дело с самой тревожностью, а не с ее источниками. 2. Навык саморегуляции, приобретенный в ходе поведенческой психотерапии, которая направлена на снижение уровня тревоги и улучшение адаптации человека к действительности.

Кредит доверия (*credibility* — англ.) — в общем случае — степень, в которой человек доверяет, верит в искренность и правильность суждений, убеждений, утверждений, мнений кого-либо о чем-либо. В исследованиях процесса формирования и изменения социальных установок используется понятие «кредит доверия источника информации», являющийся важной переменной, от которой зависит эффект убеждения. Люди и источники информации с высоким кредитом доверия оказывают более сильное влияние на мнения других людей, чем люди и источники информации с низким кредитом доверия.

Кредит доверия источника информации (*communicator credibility* — англ.) — степень доверия человека к источнику той или иной информации, призванному убедить его в чем-то. Кредит доверия источника информации зависит

от следующих факторов: от компетентности источника информации (насколько правильными, глубокими и точными знаниями он располагает), его искренности, честности поведения по отношению к людям, которым адресуется данная информация.

Кросс-культурный метод — способ экспериментального исследования, используемый в социальной психологии, социологии и антропологии. С его помощью сравниваются особенности, поведение, обычаи, традиции и т. п. людей, принадлежащих к различным культурам (странам, нациям, народам и т. п.).

Кросс-культурный подход — исследование взаимосвязей, существующих между формами (моделями, образцами) поведения, характерными для разных культур, а также между типичными свойствами личностей, представляющих соответствующие культуры.

Кросс-секционный метод — подход к исследованию, используемый в психологии развития, клинической и социальной психологии. В практике применения данного метода большие группы испытуемых изучаются в одно и то же время (поэтому данный метод иногда называют также синхронным) и далее сравниваются между собой. Кросс-секционный метод обычно противопоставляется лонгитюдному методу и называется методом срезов.

Культ — 1. Тип религиозной организации с аморфной, неустойчивой, неопределенной системой убеждений и ритуалов. 2. Возведение кого-либо или чего-либо в ранг идеала, сопровождающееся поклонением и чрезмерным почитанием соответствующего объекта. 3. Некритическое, односторонне положительное восприятие некоторого человека или предмета. 4. Убеждения, ритуалы и обряды, связанные с почитанием человека, предмета или явления.

Культура — 1. Результат созидательной, исторической деятельности людей на протяжении многих поколений. 2. То, что из культуры, понимаемой в соответствии с приведенным выше определением, освоено отдельно взятым человеком (его индивидуальная культура) или группой людей (групповая культура). 2. Система знаний, представлений и т. п., которые определяют манеру, способы, с помощью которых общество или нация взаимодействуют с их социальным окружением и природой.

Культура народная — традиционные и конвенциональные (условные, принятые на основе согласия людей) формы социального и бытового поведения, представляющие определенную социальную группу. Народная культура включает в себя социальные нормы или способы поведения большинства людей, принятые в данной культуре. Народная культура является недостаточно осознанной, усваиваемой без специального обучения и передаваемой веками через многие поколения людей. Народную культуру следует отличать от того, что называется обычаями и традициями, которые выступают как осознанные, признанные и открыто демонстрируемые образцы поведения, представляющие собой его социально одобренные стандарты или формы.

Культурген — термин, предложенный социобиологами Е. О. Уилсоном и К. Ламсденом для обозначения так называемой базисной индивидуальной единицы, образующей культуру. Понятие «культурген» играет в социобиологии

центральную роль, и выбор между альтернативными культургенами рассматривается в ней как критический фактор эволюции культуры.

«Культурные консервы» — оригинальный метафорический термин, использованный известным социологом и социальным психологом Я. Морено для обозначения различных предметов человеческой культуры — книг, фильмов, произведений искусства, артефактов и т. п. В его социальной теории — социометрии — термин «культурные консервы» используется для того, чтобы подчеркнуть факт консервации, выделения и сохранения во времени некоторых культурных ценностей людей.

Лайкерта (Ликерта) шкала — измерительная шкала, разработанная Р. Лайкертом (Ликертом) для количественного оценивания социальных установок. В этой шкале человеку предлагается серия суждений, связанных с измеряемой социальной установкой. Затем его просят дать оценку степени своего согласия или несогласия с ними. Обычно имеется пять вариантов таких оценок: «совершенно согласен», «согласен», «ни да, ни нет», «не согласен», «совершенно не согласен». Иногда используются шкалы, включающие в себя три, семь и более различных вариантов оценок (пунктов).

Лидер — член социальной группы, чей авторитет, власть и полномочия добровольно признаются членами этой группы, готовыми ему подчиняться и следовать за ним. Лидер обладает неформальным, или неофициальным, авторитетом в группе, отличным от того авторитета, каким располагает официально назначенный или избранный руководитель.

Лидер авторитарный — тип лидера, для которого характерны следующие особенности поведения в отношении зависимых от него людей: авторитарность; стремление единолично принимать все решения, навязывать их другим людям, настаивать на их неукоснительном исполнении; использование приказов и распоряжений как методов воздействия на людей; невнимание к личности каждого и к личным взаимоотношениям; сосредоточенность на деле (на деловых взаимоотношениях людей).

Лидер бюрократический — тип лидера, предпочитающий пользоваться формально-бюрократическим методом руководства людьми, то есть лидер, чья власть и авторитет в соответствующей группе поддерживаются такими методами.

Лидер демократический — тип лидера, в действиях которого по отношению к зависимым от него людям преобладают уважение, признание за другими людьми права поступать по-своему, учет мнений многих людей, общение с ними как с равными, обращение к людям с просьбами и за советами.

Лидер либеральный — тип лидера, чье поведение по отношению к зависимым от него людям характеризуется предоставлением им полной свободы действий, отказом от оказания на них какого-либо воздействия, подчинением мнению большинства, передачей другим членам группы своих полномочий.

Лидер мнения — человек, к мнению которого люди больше всего прислушиваются, суждениям и оценкам которого они больше всего доверяют.

Лидер номинальный — человек, который формально считается лидером в группе, но фактически свои лидерские обязанности не выполняет.

Лидер, ориентированный на людей — тип лидера, для которого главным в его действиях является благополучие составляющих группу людей.

Лидер, ориентированный на работу — тип лидера, для которого главным в руководстве группой является решение поставленной перед ней задачи, а не благополучие людей.

Лидер харизматический — человек, якобы рожденный быть лидером для других людей, наделенный от природы соответствующими лидерскими способностями и чертами характера.

Лидерства стиль — типичное поведение лидера в отношении зависимых от него людей. Стиль лидерства включает в себя действия, приемы и методы, применяемые лидером для оказания воздействия на остальных членов группы.

Лидерства стиль авторитарный — разновидность стиля лидерства, характеризующаяся властным, авторитарным поведением лидера, при котором он практически все решения в группе принимает единолично, не советуясь и не считаясь с мнением остальных членов группы, требует от них беспрекословного исполнения принятых им решений, не терпит возражений и строго наказывает за неподчинение или непослушание.

Лидерства стиль демократический — разновидность стиля лидерства, характеризующаяся распределением властных полномочий между лидером и остальными членами группы, совместным принятием решений, взаимным уважением лидера и остальных членов группы.

Лидерства стиль единоначальный — разновидность стиля лидерства, характеризующаяся властностью, основанной на приказах, распоряжениях и жестком контроле поведения членов группы со стороны лидера. Синоним авторитарного стиля лидерства.

Лидерства теория — социально-психологическая теория, предлагающая научное объяснение тому, кто, как и почему становится лидером в группе. Теория лидерства объясняет ряд других вопросов, связанных с лидерством.

Лидерства теория интерактивная — подход к пониманию лидерства, согласно которому для предсказания того, кто в группе станет лидером, необходимо принять во внимание следующие факторы: индивидуальные особенности членов группы, ее структуру, ситуацию, которая в данный момент времени сложилась, групповую задачу, персональные характеристики кандидата в лидеры.

Лидерства теория, основанная на ценностном обмене — подход к пониманию лидерства, в котором главной является идея о том, что лидером в группе становится человек, чьи ценности наиболее соответствуют ценностям остальных членов группы и способны своим содержанием обогатить систему ценностей других членов группы.

Лидерства теория, основанная на чертах личности (лидера) — теоретический подход к объяснению феномена лидерства, в соответствии с которым основным фактором, оказывающим влияние на выход человека в лидеры группы, является обладание определенным набором психологических черт.

Лидерства теория ситуационная — 1. В общем случае — теория лидерства, согласно которой выход человека в лидеры зависит от сложившейся ситуации. В каждой ситуации, возникающей в группе, может определиться свой

лидер, индивидуальные особенности которого лучше всего соответствуют этой ситуации. С изменением ситуации может поменяться и лидер группы. 2. В частном случае — теория лидерства, разработанная Ф. Фидлером и утверждающая, что эффективность деятельности ориентированного на задачу лидера группы зависит от сложившейся в группе ситуации. В таких ситуациях, которые весьма благоприятны или, напротив, очень неблагоприятны для осуществления эффективного лидерства, лидер, ориентированный на задачу, оказывается более эффективным, чем лидер, ориентированный на людей. Однако если ситуация в группе становится умеренно благоприятной, то лидер, ориентированный на людей, может оказаться более эффективным, чем лидер, ориентированный на задачу.

Лидерства теория харизматическая — теория, утверждающая, что для того, чтобы стать хорошим лидером, необходимо обладать особым (врожденным, данным от бога) набором психологических свойств (так называемой харизмой лидера). Согласно этой теории хорошими лидерами становятся люди, которые обладают таким прирожденным даром.

Лидерство — 1. Факт выхода человека в лидеры группы. 2. Социально-психологические явления, касающиеся поведения лидера в группе, его взаимоотношений с другими членами группы.

Линия коммуникационная поддельная (фальсифицированная) (*bogus pipeline* — англ.) — экспериментальная процедура, в рамках которой испытуемых информируют о том, что их настоящие (внутренние, скрываемые) социальные установки якобы могут быть выявлены и оценены («прослушаны») с помощью прямых физических или физиологических методов (путем, например, «подключения» их сознания к какой-то якобы скрытой «коммуникационной линии»). В этих условиях у испытуемых, если, конечно, они сами не догадаются об обмане, проявляется тенденция честнее отвечать на задаваемые вопросы, чем тогда, когда их установки якобы «не прослушиваются».

Лица сохранение — словосочетание, используемое в социальной психологии примерно в том же значении, в котором оно обычно употребляется в повседневном общении людей: защита образа человека, сложившегося в восприятии и сознании знающих его людей, то есть защита так называемого «публичного» образа соответствующего человека.

Лицо подставное (сообщник экспериментатора) — человек, который участвует в эксперименте якобы в роли настоящего испытуемого, но на самом деле является помощником или сообщником экспериментатора. Подставные лица используются в некоторых социально-психологических экспериментах и вводятся в них для того, чтобы создать определенную социально-психологическую ситуацию, необходимую для исследования какого-либо явления. Примером такого исследования является эксперимент, направленный на изучение конформности.

Личности теории интеракционистические (интеракционистские) — группа теорий личности, в которых личность представляется в терминах, характеризующих как внутренний, психологический мир человека, так и внешне наблюдаемое поведение. Само поведение человека как личности в этих теориях

объясняется на основе взаимодействия свойств человека и внешних воздействий. Примером интеракционистической теории личности может служить теория социальных ролей.

Личности теории социодинамические — группа теорий личности, в которых человек как личность описывается в терминах, характеризующих его поведение, а само поведение объясняется исходя из стимулов, воздействующих на человека со стороны социальной среды.

Личность авторитарная — человек, который желает и активно стремится к созданию авторитарной социальной системы, а также человек, который требует беспрекословного послушания, строгой дисциплины и субординации взаимоотношений, призывает к рабскому поклонению авторитетам. Термин «авторитарная личность», однако, не относится к людям, которые находятся у власти и по должности или социальному положению вынуждены в какие-то моменты жизни вести себя авторитарно.

Личность базовая — этнопсихологическое понятие, означающее основной тип личности человека, формируемый культурой того или иного народа (этноса). Базовая личность в данном случае — это совокупность психологических свойств, которая делает человека максимально восприимчивым к освоению соответствующей культуры и порождает у него состояние удовлетворенности существующими в рамках данной культуры отношениями. Идея базовой личности была предложена А. Кардинером.

Личность маргинальная — человек, который по своей психологии и особенностям поведения находится как бы между несколькими разными, трудно-совместимыми друг с другом культурами, но полностью не принадлежит ни к одной из них. В его личности противоречивым образом сочетаются свойства и признаки, относящиеся к различным культурам.

Личность типа А — личность, чей характер отличается чрезмерной активностью, стремлением к конкуренции с людьми, нереальным чувством хода времени, неадекватными амбициями, отсутствием склонности к критическому самоанализу, тенденцией ориентироваться на количество, а не на качество выполненной работы и потребностью во внешнем контроле поведения.

Личность типа Б — личность, чей характер отличается легким и поверхностным взглядом на жизнь. В центре внимания такой личности находится качество, а не количество проделанной работы. У личности такого типа отсутствует склонность к конкуренции, соревнованию с другими людьми.

Локомоция групповая — сравнительно редко используемый термин, обозначающий процесс продвижения социальной группы к некоторой намеченной цели.

Локус контроля — понятие, введенное в научный оборот американским психологом Ю. Роттером и характеризующее внутреннюю установку человека на понимание и объяснение своего поведения или поведения других людей. Если причины наблюдаемого поведения объясняющий его человек видит в психологии людей, то говорят, что у него преобладает внутренний локус контроля; если же причины поступков людей человек усматривает в не зависящих от них обстоятельствах, то говорят, что ему свойствен внешний локус контроля.

Ломброзианская теория (Ломброзо теория) — теория, предложенная в конце XIX века итальянским ученым Ч. Ломброзо и объяснявшая преступность и преступное поведение людей их анатомо-физиологическими особенностями. Ее основные идеи заключались в том, что преступность носит врожденный характер, что существует конституциональный, определяемый строением тела тип преступника. Ч. Ломброзо пытался доказать правильность своей теории, безосновательно связывая склонность к преступлениям с формой головы и строением черепа человека.

Любви шкала — шкала, предложенная З. Рубином для измерения силы чувства любви (имеется в виду романтическая любовь, которая как первое в жизни человека сильное, эмоционально положительное чувство возникает между юношами и девушками). Шкала любви оценивает три ее аспекта: потребностно-аффилиативный аспект, предрасположенность к оказанию помощи объекту своей любви и исключительность выбора соответствующего объекта как предмета романтической привязанности.

Любовь — высшее, эмоционально положительное чувство, связывающее людей друг с другом близкими, интимными отношениями, основанное на желании и стремлении сделать жизнь любимого человека счастливой. В отдельных, частных случаях его употребления в психологии слово «любовь» может означать следующее. 1. Сильное, положительное чувство, испытываемое одним человеком в отношении другого. 2. Аналогичное чувство, испытываемое человеком в отношении животных (например, любовь человека к своей собаке). 3. Такое же чувство человека по отношению к какому-либо предмету (например, любовь к книгам). 4. Сильное чувство эмоциональной привязанности к какому-либо идеалу, например любовь к Богу. 5. Чувство, основанное на физиологическом, половом влечении. 6. Чувство, связанное с каким-либо видом деятельности (любовь к занятиям наукой, искусством и т. п.). 7. Чувство, противоположное ненависти.

Любовь платоническая — разновидность эмоциональной привязанности, не сопровождающаяся сексуальным влечением к соответствующему объекту. Для древнегреческого философа Платона, именем которого названа эта разновидность любви, она являлась высшей формой любви и выходила за рамки чисто физического наслаждения, достигая в своем воплощении некоторого духовного идеала. В современном употреблении словосочетание «платоническая любовь» видоизменено и чаще всего означает близкие, незротические взаимоотношения между людьми.

Магнацид (*magnacide* — англ.) — акт уничтожения человека только по причине того, что он широко известен публике (людям).

Макиавеллизм — 1. Политическое учение, циничная философия жизни, связываемая с именем итальянского политического деятеля, историка и теоретика военной науки Н. Макиавелли, жившего в XVI веке. Согласно макиавеллизму, для целей государства, его сохранения и упрочения хороши и оправданы любые средства, в том числе и такие, которые нарушают мораль и права человека. 2. Сознательное и целенаправленное манипулирование другими людьми с помощью обмана, вероломства, хитрости, мошенничества и предательства, которые якобы допустимы и оправданы с ростом власти и контроля одних людей

над поведением других людей (чем выше в общественной иерархии находится человек, тем якобы больше ему дозволено).

Макиавеллизм шкала — психологический тест, при помощи которого количественно оценивается склонность человека разделять взгляды и учение Н. Макиавелли, то есть признавать и оправдывать использование любых средств для достижения политических целей, для завоевания и сохранения власти над людьми в своих руках. Шкала макиавеллизма была разработана Р. Кристи для измерения соответствующей склонности. В этой шкале испытуемого просят выразить свое согласие и несогласие с серией суждений, многие из которых на самом деле являются прямыми цитатами из произведений Макиавелли и представляют его собственные циничные взгляды на политику, общественную жизнь и человеческие взаимоотношения.

Максима — житейская мудрость, вобравшая в себя опыт многих поколений людей и выраженная в краткой, обобщенной, образной и четкой словесной форме. Максима может служить словесно заданным образцом поведения, мышления, руководством к действию, жизненным правилом, нормой и т. п.

Максимы разговорные — термин, введенный Г. П. Грисом для обозначения основных принципов ведения эффективных деловых переговоров. Таких максим, по мнению Гриса, должен придерживаться каждый говорящий для того, чтобы добиваться наилучших результатов в общении с людьми. В соответствующей концепции выделяются четыре основные разговорные максимы. 1. Количество: не сообщать собеседнику ни слишком мало, ни слишком много информации. 2. Качество: не говорить того, что сам считаешь неправдой. 3. Отношение: содержание сообщения должно относиться к делу, интересующему человека. 4. Манера: в разговорах с людьми необходимо стремиться быть спокойным, кратким и понятным.

«Маленького мяча» техника (малых уступок техника) (*low-ball technique* — англ.) — техника убеждения (и принуждения) людей к совершению определенных действий, которая заключается в следующем. Вначале, для того чтобы добиться согласия человека, его просят об очень малом — таком, в чем он не может отказать. После этого проситель начинает медленно и незаметно для убеждаемого им человека «повышать свои ставки», внимательно следя за тем, чтобы тот, к кому он обращается с просьбой, ни разу не сказал «нет». Наконец проситель обращается к человеку с той просьбой, ради которой все это и было затеяно, и соответствующий человек, как правило, соглашается ему помочь, хотя поначалу, если бы просящий сразу обратился к нему с соответствующей просьбой, он, скорее всего, отказал бы ему.

Масса — большое неорганизованное собрание или объединение людей. Массу, как разновидность большой социальной группы, отличает аморфность (отсутствие внутренней структуры и организованности), открытость (свобода входа и выхода из ее состава людей), изменчивость и разнородность состава, неопределенность величины (количества людей, входящих в массу). Психологически масса описывается с помощью явлений так называемого массового сознания или посредством других массовидных явлений психики.

Массовидные явления психики — социально-психологические явления, возникающие в массах людей. К ним, например, относят моду, панику, слухи, общественное настроение, общественное мнение, религию и ряд других.

Мерфи законы — «законы», сформулированные в шутливой форме, но тем не менее довольно часто подтверждаемые фактами из реальной жизни. Основные «законы» Мерфи следующие. 1. Что-либо такое, что может не получиться, обязательно не получится, если им заняться практически. 2. Что-либо плохое, что может произойти, обязательно произойдет, причем в самое неподходящее для этого время. 3. Все, что планирует человек скоро осуществить, в конечном счете будет стоить ему больше, чем он предполагал, и этого придется ожидать дольше, чем он рассчитывал.

Мимика — экспрессивно-выразительные движения различных частей лица человека, в частности его глаз и губ, отражающие психологическое состояние человека в данный момент времени. По мимике можно судить об отношении человека к тому, что говорит он сам или кто-либо другой, а также к тому, что человек воспринимает, представляет, припоминает или обдумывает.

Мини-макс стратегия — эвристика, которой пользуются в экономике, в практике решения разнообразных проблем, в поведении, связанном с множественными выборами, в играх и других сферах человеческой деятельности. Основным принципом мини-макс стратегии представляет собой контроль ситуации таким образом, чтобы некоторые эффекты минимизировать (такие, которые связаны с вероятной неудачей), а другие, напротив, максимизировать (такие, где человека может ожидать удача).

Минимальных усилий принцип — эвристика, которая заключается в том, что человек, располагая различными способами поведения в сложившейся ситуации, предпочитает пользоваться только теми, которые требуют приложения минимальных усилий.

Мир собственный (*Eigenwelt* — нем.) — термин, используемый в экзистенциальной философии и психологии для обозначения того, что, по мнению самого человека, принадлежит ему, находится в нем, в отличие от не принадлежащего ему внешнего мира (*umwelt* — нем.). Собственный мир связывает внутренний и промежуточный мир (*mitwelt* — нем.) с внешним миром. При этом промежуточный мир включает в себя взаимоотношения данного человека с другими людьми, со своими современниками, а внешний мир — то, что касается отношений человека с окружающей средой.

Мировоззрение — устойчивая система взглядов и отношений человека к тому, что происходит в мире. Включает в себя цели и ценности жизни, социальные установки и убеждения человека. Представляет для конкретного человека общую картину окружающего его мира, которой он руководствуется, в которой он принимает те или иные жизненно важные решения и совершает те или иные социально значимые поступки. Мировоззрение делится на виды в зависимости от того, какую систему взглядов человека оно в действительности представляет. Оно может быть научным, житейским, философским, экономическим, правовым, религиозным и т. п.

Миф — слово, означающее историю, рассказ неизвестного происхождения или сведения, полученные из неподдающихся проверке источников. Чаще всего используется в следующих значениях: выдумка, вымысел, ненаучное представление о каком-либо явлении природы, человеке, происхождении мира, богах, легендарных героях и т. п. Мифы являются частью традиционной культуры людей, принадлежащих к той или иной социальной общности. В теории К. Юнга мифы стали предметом специального анализа как носители и выразители так называемых архетипов, которые, по Юнгу, представляют собой основу коллективного бессознательного.

Мнение общественное — одно из массовидных явлений психики, представляющее собой мнение общества или значительной его части по поводу каких-либо значимых событий или объектов.

Мнение публичное — 1. Общая точка зрения, открыто заявленная или выраженная определенной социальной группой или обществом в целом. Публичное мнение в этом его понимании близко к общественному мнению. 2. Открыто заявленное мнение отдельно взятого человека по какому-либо вопросу.

Мнение частное (приватное) — точка зрения отдельно взятого человека, которую он предпочитает держать при себе, скрывать от других людей и публично не оглашать.

Множественного «Я» теория — теория, доказывающая, что у человека на самом деле нет единого или единственного устойчивого «Я». В этой теории утверждается, что представление человека о себе как о личности состоит из множества отдельных, частных образов «Я». Эти образы варьируются от ситуации к ситуации и зависят от окружающих людей, взаимоотношений с ними и ряда других факторов.

Мобильность вертикальная — вид переходов людей из одной социальной группы в другую группу (имеются в виду социальные группы, занимающие разное положение в структуре общества, то есть группы, имеющие различный социальный статус). Иногда это явление называют вертикальной социальной мобильностью.

Мобильность горизонтальная — вид переходов людей из одних социальных групп, одних мест проживания или видов работы в другие социальные группы, иные места проживания или на другие работы, в которых человек продолжает занимать то же социальное положение, какое он занимал прежде, то есть его социальный статус фактически не меняется.

Мобильность социальная — процессы, которые в отдельности описываются через понятия вертикальной и горизонтальной мобильности.

Мода — система вкусов и предпочтений людей, сложившаяся на данный момент времени, например, в предметах домашнего обихода, видах деятельности, формах отдыха, одежде, видах искусства и т. п.

Монизм культурный — философско-социологическая доктрина, согласно которой этнические, расовые, религиозные и другие особенности меньшинства должны быть ассимилированы культурой тех людей, которых в данном обществе большинство. Противоположностью «культурного монизма» является «культурный плюрализм».

Мораль — система нравственных норм и принципов, определяющих психологию (мышление, сознание, ценности и т. п.) человека, а также его поступки и отношение к людям.

Мораль координатная (координированная) (*coordinate moral* — англ.) — один из простейших и древнейших видов морали, предполагающий согласование или координирование взаимодействий людей, составляющих первобытную общину. Координатная мораль включает в себя такие правила поведения, которые распространяются на всех людей и которых должны придерживаться все без исключения люди, чтобы успешно взаимодействовать друг с другом. К. Юнг полагал, что правила и нормы координатной морали входят в состав архетипов, и все современные люди бессознательно придерживаются этих правил и норм.

Моральное исключение — социально-психологическое явление, которое выражается в том, что определенные лица или группы людей в обществе воспринимаются как находящиеся вне сферы действия законов морали и справедливости. Противоположное моральному исключению явление иногда называют моральным включением и понимают под ним, напротив, участие определенных лиц или групп людей в таких видах деятельности, где действуют моральные нормы, которые на этих лиц распространяются в обязательном порядке.

Моренограмма — редко употребляемое обозначение социометрического метода, разработанного Я. Морено. Название дано по фамилии автора соответствующего метода.

Мотив достижения успеха — потребность человека добиваться успехов в разных видах деятельности, рассматриваемая как его устойчивая личностная черта.

Мотив избегания неудачи — более или менее устойчивое стремление человека избегать неудач в ситуациях жизни, где результаты его деятельности оцениваются другими людьми. Мотив избегания неудач — черта личности, противоположная мотиву достижения успехов.

Мотив социальный — в общем случае — любой мотив поведения человека в обществе. В частном случае — мотив, которым определяется поведение и отношение человека к людям, обществу и социальным событиям. Социальный мотив обычно формируется и удовлетворяется в процессе социального взаимодействия людей.

Мотивация внешняя — мотивация, источником которой являются факторы, находящиеся вне человека, например стимулы поведения, связанные с процессами, происходящими в обществе, с поощрениями или наказаниями со стороны окружающих людей.

Мотивация внутренняя — совокупность стимулов или причин поведения, связанных с процессами, происходящими внутри человека или в его психике.

Мотивация экстринсическая — мотивация, связанная с внешними воздействиями на человека. В русскоязычной литературе этому виду мотивации соответствует понятие «внешняя мотивация».

Мотивировка — разумное, сознательное, не всегда соответствующее действительности объяснение человеком мотивов своего поведения или поступков других людей.

Мотивы просоциальные — мотивы поведения, в которых выражается доброе отношение человека к людям. К просоциальным мотивам относятся, например, те, которые лежат в основе альтруизма, эмпатии, сочувствия, сопереживания, поддержки, одобрения, оказания помощи людям. Просоциальные мотивы обычно противопоставляются антисоциальным, к которым относят агрессивность, ненависть и вражду. В отличие от просоциальных мотивов, антисоциальные преследуют цель нанесения вреда, причинения людям неприятностей.

Моурсы (*mores* — от *more rays* — англ.) — социальные нормы и обычаи, которые задают моральные стандарты поведения для некоторой социальной группы или общества в целом. Моурсы составляют важный кодекс поведения, следование которому считается существенным (обязательным) для нормального функционирования данной социальной группы или общества.

Мышление групповое — процесс группового, коллективного обсуждения проблем и принятия решений. Одним из первых экспериментальных исследователей группового мышления стал В. М. Бехтерев.

Наказание взаимно одобряемое — 1. Наказание, которое принимает в расчет природу или силу проступка и соответствует ему. 2. Наказание, которое принимается как справедливое тем, кто совершил соответствующий поступок.

Научение социальное — форма научения, связанная с приобретением человеком свойств и видов поведения, позволяющих ему успешно адаптироваться в обществе. Понятие «социальное научение» и его теория были предложены американским психологом, представителем социального бихевиоризма А. Бандурой.

Научения социального теория — социально-психологическая теория, объясняющая процесс приобретения человеком новых психологических качеств, а также умений и навыков социального поведения через общение и взаимодействие с людьми. Ее автором является А. Бандура. Важную роль в теории социального научения играют так называемые социальные санкции и оперантное научение (Б. Скиннер).

Национализм — философия жизни, основанная на противопоставлении интересов одной нации интересам других наций. При этом нация, для которой характерен национализм, считает себя высшей по сравнению с другими. Национализм основывается на убеждении в том, что одна нация может иметь определенные преимущества перед другими нациями и в соответствии с ними должна обладать большими правами, чем другие нации, в частности господствовать над ними. Национализм являлся идеологической основой германского фашизма, возникшего накануне Второй мировой войны.

Негативизм — в общем случае — стремление человека отрицать все и вся, своеобразная жизненная философия всеобщего и абсолютного отрицания. В частных случаях употребления слово «негативизм» может означать следующее. 1. Общая установка человека, характеризующаяся постоянным сопротивлением воздействиям со стороны других людей (пассивный негативизм). 2. Демонстративное отрицание человеком всего, что ему говорят другие люди, активное противодействие любым, в том числе обоснованным и разумным, советам других людей (активный негативизм).

Независимости моральной стадия (релятивизма морального стадия) — стадия морального развития ребенка, выделенная в теории морального развития ребенка Ж. Пиаже и Л. Колберга. Эта стадия представляет собой последнюю из стадий морального развития ребенка, во время которой определение ребенком того, что хорошо и плохо (морально или аморально), становится зависимым от обстоятельств, в которых совершается тот или иной поступок. Иногда эту стадию также называют стадией автономной морали.

Нейролингвистическое программирование (НЛП) — психотерапевтическая методика, предназначенная для изменения индивидуального поведения и убеждений человека (на это, по крайней мере, надеются ее авторы и сторонники). НЛП представляет собой направление в современной практической психологии, в основе которого лежат две идеи: мысль об однозначной представленности индивидуального восприятия человеком окружающего мира и его сознания в различных аспектах его речи и мысль о возможности напрямую изменять психологию и поведение человека через образные представления и словесные самовнушения. У большинства профессиональных психологов, однако, сложилось критическое отношение к теории и практике НЛП. Оно основывается на том, что НЛП фактически базируются на представлениях, далеких от современной науки, на предполагаемой, но не доказанной связи между лингвистическими формами, положениями и движениями глаз, тела и памятью человека. Сторонники и практические пользователи НЛП, которых насчитывается немало, эту критику, однако, игнорируют и продолжают применять соответствующую методику в различных областях практики — в психотерапии, обучении, управлении, рекламе и ряде других.

Нонконформизм (нонконформность) — активное противодействие человека оказываемому на него психологическому давлению. Иногда под нонконформизмом понимается бунтарство, инакомыслие, сопровождающиеся открыто выраженным стремлением человека действовать прямо противоположным образом тому, что требуют от него общество, группа или окружающие люди.

Нонконформность гендерная — термин, означающий неподчинение, сопротивление общественным нормам, требованиям и установкам, касающимся поведения, подходящего (подобающего) для человека определенного пола в условиях соответствующей культуры. Гендерная нонконформность проявляется, например, в том, что человек определенного пола активно не желает следовать требованиям и нормам, приписываемым социальной моралью и этикой людям именно его пола, сознательно старается вести себя так, как обычно ведет себя человек противоположного пола.

Норма взаимности — ожидание того, что люди, которым помогли, в свою очередь, будут благодарны тем, кто им помог.

Норма морали — норма, характеризующая социальное поведение человека как соответствующее принятым в данном обществе требованиям морали.

Норма социальная — правило, в соответствии с которым в обществе строятся взаимоотношения и организуется социальное поведение людей. Социальная норма представляет собой предписание, которое соответствует принятым в обществе или в данной социальной группе ценностям, установкам, регулирующим

поведение людей. Социальная норма существует в виде скрыто (неофициально) или открыто (официально) установленных правил поведения, требований, предъявляемых к людям. Социальная норма основывается на так называемом общественном согласии, то есть на гласном или негласном договоре людей о том, что они считают правильным или неправильным.

Нормы групповые — принятые в социальной группе правила поведения и межличностных отношений, разделяемые всеми или большинством ее участников. Групповые нормы определяют ролевое поведение членов группы, регулируют их личные и деловые взаимоотношения, определяют отношение членов группы к работе и ко всему, что происходит в ней, а также за ее пределами. Нарушители групповых норм подвергаются в соответствующей группе различным санкциям.

Нормы культурные — в широком, неспецифическом смысле слова — правила или стандарты поведения, принятые в обществе и соответствующие его культуре, также понимаемой и трактуемой широко, с включением как положительного, так и отрицательного — того, что характерно для данного общества. В узком, специфическом смысле слова культурные нормы — это часть социальных норм, которые соответствуют высоким нравственным и этическим культурным ценностям.

Обмена социального теория — теория, утверждающая, что взаимодействие людей в обществе определяется их надеждами и сознательными расчетами на получение за свои действия каких-либо выгод (положительных подкреплений, поощрений, наград и т. п.) со стороны тех людей, с кем они непосредственно взаимодействуют.

Обобщенный другой — понятие Д. Мида, означающее результат интернализации индивидом общих социальных установок окружающих людей.

Образ жизни — целостная, социально-психологическая характеристика способа существования, организации жизни отдельного человека, социальной группы или общества в целом. Образ жизни включает в себя типичные интересы, цели, ценности, нормы и правила поведения, виды деятельности, которыми занимаются люди.

Обратная связь — термин, заимствованный из области техники коммуникации или связи (телеграф, телефон, радио, Интернет и т. п.) и означающий в социальной психологии получение человеком от других людей информации о том, как он воспринимается ими.

Обратная связь психолога-консультанта (психолога, психотерапевта) и клиента — 1. Вид связи, возникающей между психологом-консультантом (психотерапевтом) во время проведения психологической консультации (психокоррекции или психотерапии) и клиентом. 2. Продолжение общения психолога-консультанта (психолога, психотерапевта) с клиентом после того, как психологическая консультация (терапевтический или коррекционный сеанс) завершена и клиент, получив необходимые рекомендации по решению его проблемы, приступил к их практическому выполнению.

Обряд — совокупность церемониальных (традиционных, ритуальных, символических и практических) действий, совершаемых людьми в той или иной

социальной ситуации в связи с определенными социальными событиями, например свадебный обряд, церковный обряд, обряд посвящения, совершеннолетия, жертвоприношения и т. п.

Обряды (ритуалы) кризисные — церемонии, совершаемые людьми накануне или во время природных, социальных и иных кризисов и катастроф. Это, например, танцы под дождем после длительной засухи, характерные для слабо развитых социальных культур. В цивилизованных обществах кризисные обряды также встречаются, но здесь они приобрели иную, более современную форму, например голосование за представителей оппозиционной политической партии тогда, когда экономика страны идет на спад.

Обструктивный метод — экспериментальная процедура, в которой испытуемый отделяется от желаемой цели (лишается ее) с помощью некоторой преграды, например прозрачного стекла. Например, в классическом эксперименте с детьми за стеклом в соседнем помещении размещаются привлекательные для них игрушки, к которым у детей нет доступа. Метод обструкции применяется для того, чтобы столкнуть две противоположно направленные поведенческие тенденции: стремление к цели и избегание ее — и чтобы далее проследить за тем, как в условиях такого конфликта будет вести себя человек.

Обструкция — демонстративные действия, направленные на создание препятствий кому-либо на пути достижения определенных целей, которые соответствующий человек или социальная группа ставят перед собой.

Общение — взаимодействие, обмен информацией между людьми или животными при их прямых или косвенных контактах друг с другом.

Общение речевое — вид общения, основанный на использовании людьми языка и речи как средства обмена информацией.

Общения с людьми стиль — приемы, манеры, средства, чаще всего применяемые данным человеком в общении с другими людьми.

Общность — 1. В социальной психологии — совокупность людей, объединенных друг с другом какими-либо признаками или особенностями. Общность в таком ее понимании выступает как синоним социальной группы. 2. Единство, целостность, одинаковость чего-либо, например общность целей, ценностей, взглядов и интересов людей.

Ожиданий теория — вариант теории социального научения, разработанной Д. Мидом. Согласно теории ожиданий, основанной на понятии социальной роли, люди берут на себя и разыгрывают свои социальные роли с учетом ожиданий окружающих людей.

Ожидания — особые психологические состояния человека, связанные с настроением на обязательное или вероятное наступление того или иного события (ожидание его). Эти состояния предвосхищают наступление соответствующего события, если оно на самом деле сбывается.

Ожидания социальные — вид социальных установок, представляющий собой ожидания тех социальных событий, которые должны наступить или могут наступить.

Опрос — метод психологического исследования, основанный на получении от человека необходимой информации в ответ на заданные ему вопросы. Эти

вопросы, в свою очередь, могут быть определены заранее (стандартизированный опрос) или сформулированы в ходе опроса (свободный опрос), быть открытыми (предполагать любые ответы на них) или закрытыми (допускать только один из заранее установленных стандартных ответов).

Ориентации ценностные — элементы социально-психологической структуры личности, представляющие собой систему ценностей данной личности.

Остаток культурный — те аспекты культуры, которые в ней сохраняются, несмотря на то что многое в ней со временем меняется под влиянием технологического и социально-экономического прогресса, а также под воздействием изменений, которые происходят в психологии представляющих эту культуру людей. В типичных случаях такой культурный остаток представляет собой не активные, а декларативные формы культуры.

Остров культурный — некоторое ограниченное, самодостаточное сообщество людей, живущих в своеобразной психологической изоляции от остальных людей и придерживающихся своей специфической культуры, отличной от культуры окружающих их людей.

Отношения межгрупповые — отношения, существующие между различными социальными группами в данном обществе (например, между составляющими его большими социальными группами) или в отдельных общественных организациях (между ними или включенными в них малыми социальными группами).

Отчуждение — в общем случае — превращение того, что раньше воспринималось и рассматривалось человеком как свое, собственное, близкое ему, в чужое и психологически далекое (отчужденное) от него. Отчуждение — это процесс и результат утраты того, что раньше имело для человека смысл, что было для него значимым и ценным.

Отчужденность межличностная — психологическая характеристика неприязненных, неблагоприятных или безразличных человеческих взаимоотношений.

Ошибка экологическая — ошибка, при которой выводы о психологии и поведении отдельных людей делаются на основе данных, касающихся группы людей. К примеру, уровень преступности обычно бывает выше в окрестностях тех регионов, где проживает большее количество старших по возрасту людей. Однако было бы ошибкой на этой основе делать заключение о том, что старшие по возрасту люди более склонны к совершению преступлений, чем молодые.

Память расовая — гипотетическое хранилище чувств, идей и т. п., которые, согласно К. Юнгу, человек унаследовал от своих предков. Расовая память в теории Юнга является частью коллективного бессознательного. Однако с научной точки зрения более подходящим для обозначения соответствующего вида памяти и менее связанным с мистическими ассоциациями представляется термин «генетическая память».

Паника — одно из массовидных явлений психики, представляющее собой состояние повышенной, неупорядоченной активности и беспокойства, возникающее в больших группах людей (массах) под влиянием факторов, несущих в себе реальную или потенциальную угрозу для их жизни. Данное состояние

сопровождается сильно выраженными эмоциями (аффектами) типа страха, ужаса, беспокойным, «инстинктоподобным» поведением. Паника нередко возникает под воздействием не реальной угрозы, а только слухов о ней, например слухов о предстоящем резком ухудшении условий жизни людей. Состояние паники, возникнув, далее передается от человека к человеку с помощью таких механизмов взаимного психологического влияния людей друг на друга, как заражение, подражание и внушение.

Партикуляризм — научный подход, где стандарты поведения человека или его образцы задаются с учетом признания роли обстоятельств, в которых оказался человек, и возникновения соответствующего поведения и контекста, смягчающего оценки поступков человека. Альтернативный, или так называемый абсолютистский, подход к заданию таких стандартов называется универсализмом.

Пассивно-агрессивное — характеристика поведения, в котором агрессивность человека выражается в пассивной форме внешнего проявления. Пассивно-агрессивное поведение нередко наблюдается у людей с относительно низким социальным статусом и там, где агрессивность может иметь для человека какие-либо неприятные последствия.

Патернализм — способ поведения человека, как правило мужчины, занимающего в группе позицию лидера. При этом человек, имеющий власть или влияние над людьми, использует их для того, чтобы обеспечить протекцию и контроль, подчинение или зависимость других людей от него. Иногда патернализмом называют также стремление некоторых взрослых людей общаться с другими людьми как с детьми, лишая их права на независимость (самостоятельность).

Первичности эффект — закономерность, в соответствии с которой информация о человеке, полученная первой, оказывает большее влияние на формирование впечатления о нем, чем информация, поступившая последней.

Переживание пиковое (вершинное) (*peak experience* — англ.) — сравнительно редко употребляемый термин, означающий ощущение (переживание) человеком чувства безграничного счастья и полноты жизни. Такое переживание бывает, как правило, редким и кратковременным. В теории А. Маслоу пиковое переживание означает глубокое, сильное чувство, переживаемое человеком в течение короткого периода времени и связанное с тем состоянием, когда человек достигает вершины в своем психологическом развитии, то есть состояния самоактуализации или близкого к нему.

Персонализация — процесс превращения человека в личность, приобретения им неповторимой индивидуальности.

Перцепция социальная — 1. В широком значении слова — любой аспект восприятия (перцепции), который включает в себя восприятие того, что относится к обществу, людям, социальным событиям и т. п. 2. В узком, специальном значении — процесс восприятия человеком себя как личности, окружающих людей, социальных событий и человеческих отношений. Субъектом социальной перцепции может стать не только человек, но также группы людей и их взаимоотношения.

Поведение групповое — совместные действия людей в некоторой социальной группе, являющиеся результатом происходящих в ней процессов. Групповое

поведение представляет собой нечто большее, чем то, что могут делать отдельные, не взаимодействующие друг с другом члены группы.

Поведение девиантное — социальное поведение человека, отклоняющееся от принятых в обществе социальных, моральных или этических норм, нарушающее их. Такое поведение не является подсудным, то есть таким, которое нарушают правовые нормы. Чаще всего девиантное поведение встречается у подростков.

Поведение комплиментарное — разновидность поведения человека, при котором его действия, включая жесты, мимику и пантомимику, а также неязыковые, паралингвистические компоненты речи (громкость, темп, интонация, паузы, ударение, тембр), соответствуют положительным словам, которые он говорит, или тем словам, которые он слышит тогда, когда произносит комплименты или когда выслушивает комплименты в свой адрес.

Поведение конкурентное — поведение человека в ситуации взаимодействия с людьми, при котором он воспринимает этих людей как реальных или потенциальных конкурентов, вступает в соревнование с ними. Конкурентное поведение обычно рассчитано на то, чтобы выиграть соревнование, одержать верх, превзойти других людей.

Поведение массовое — активность масс людей, не имеющая определенной цели и организованности. К массовому поведению относят, например, моду, панику, социальные и политические движения и т. п.

Поведение материнское — поведение, характерное для матери, или поведение любого человека в отношении других людей, напоминающее поведение матери по отношению к ребенку.

Поведение невербальное — формы поведенческой активности человека, не связанные с речью, но выполняющие коммуникативную и некоторые другие функции, свойственные речи. К невербальному поведению относятся, например, жесты, мимика, пантомимика, движения и расположение человека в пространстве по отношению к другим людям.

Поведение полоролевое — поведение, свойственное человеку определенного пола и связанное с теми социальными ролями, которые выполняют люди соответствующего пола в жизни (культуре) того или иного общества.

Поведение помогающее (*helping behavior* — англ.) — разновидность поведения, представляющая собой оказание прямой помощи, поддержки тому, кто в ней нуждается. Термин «помогающее поведение» используется в тех случаях, когда один человек, оказывая помощь другому, делает это добровольно, без принуждения и без расчета на получение какой-либо награды или выгоды, а также в таких ситуациях жизни, где его поведение не включает в себя реальное или потенциальное жертвование чем-либо ради другого человека. Помогающее поведение отличается от поведения типа альтруизма тем, что альтруизм предполагает некоторого рода риск или какие-либо лишения со стороны альтруистически действующего человека.

Поведение послушное — термин Е. Гоффмана, используемый для обозначения разнообразных форм социального поведения, которые обеспечивают (способствуют, облегчают) культурные, цивилизованные формы социального

взаимодействия людей. Происхождение термина «послушное поведение» связано тем фактом, что разумное послушание давно и традиционно рассматривается как положительная черта личности человека, воспитываемая у него с детства, что подобные формы поведения способствуют уважению и взаимопониманию людей.

Поведение по типу А — разновидность поведения человека, характеризующаяся конкуренцией, нетерпением, раздражительностью, враждебностью, цинизмом и недоверием.

Поведение по типу Б — разновидность поведения человека, характеризующаяся отсутствием стремления конкурировать с людьми и доброжелательностью.

Поведение проблемное — термин, обозначающий любое поведение, которое ведет к возникновению у человека проблем психологического характера. Проблемное поведение обычно включает в себя формы поведения человека, которые непонятны или неприемлемы для окружающих людей, являются антисоциальными, деструктивными или дезадаптивными.

Поведение просоциальное — разновидность поведения человека, в основе которого лежат просоциальные мотивы, то есть мотивы оказания людям добра, помощи и поддержки.

Поведение противоправное — 1. Поведение, нарушающее существующие в обществе правовые нормы. 2. Поведение, которое может быть осуждено судом и за которое человек может получить наказание в соответствии с действующими законами.

Поведение родительское — поведение, характерное для родителей в отношении детей, или аналогичное поведение одних людей по отношению к другим людям. Родительское поведение включает в себя заботу, опеку, уход, принятие на себя ответственности за ребенка (за другого человека) и иные подобные формы поведения. Иногда родительским называют также поведение одного взрослого человека в отношении другого взрослого человека, при котором один из этих людей обращается с другим как с ребенком. В последнем значении термин «родительское поведение» используется, например, в транзактном анализе Э. Берна.

Поведение социальное — разновидность поведения человека в обществе, рассчитанная на оказание определенного влияния на окружающих людей и на общество в целом. Социальное поведение обычно выделяется и рассматривается в противоположность индивидуальному поведению, под которым понимается такое поведение, которое не связано с положением, занимаемым человеком в обществе, с теми взаимоотношениями, что у него складываются с окружающими людьми, не рассчитано на оказание определенного воздействия на общество или других людей.

Поведение стереотипное — негибкое, ригидное поведение человека, которое остается неизменным, несмотря на меняющиеся обстоятельства и условия.

Поведение (типа) привязанности — термин, введенный Д. Боулби для обозначения поведения ребенка в отношении взрослых — тех, к которым у него возникает чувство привязанности. Существенная черта такого поведения заключается в том, что ребенок постоянно стремится к этим людям, всегда и вез-

де старается находиться рядом с ними. Чаще всего объектом детской привязанности и соответствующего поведения становится мать ребенка.

Поведение суеверное — разновидность поведения человека, в основе которого лежит вера человека в существование каких-либо неконтролируемых, неуправляемых сил, способных оказывать влияние на него и других людей. Суеверное поведение характерно, например, для тех, кто верит в существование бога и того, о чем говорится в религиозных и других подобных текстах. Суеверное поведение человека не обязательно связано с какой-либо религией, оно характерно и для тех людей, кто просто верит в существование мистического.

Поведения модификация — в общем случае — процесс изменения (модификации) поведения человека. Это понятие нередко используется как синоним поведенческой психотерапии. Термин «модификация поведения» введен в научный оборот Б. Ф. Skinnerом. В созданных им теории и практике модификация поведения означала целенаправленное изменение поведения человека или группы людей с помощью системы специально подобранных тренировок (обучающих упражнений) и соответствующих подкреплений. Понятие «модификация поведения» используется также в учении другого американского психолога, необихевиориста А. Бандуры, в его социально-когнитивной теории. Здесь модификация поведения означает изменение поведения людей и социальных групп через воздействие на когнитивные процессы. В настоящее время модификация поведения широко используется в разных областях: образовании, медицине, праве, бизнесе и других сферах социальной деятельности.

Поведения «помогающего» ценностного анализа теория — социально-психологическая теория, утверждающая, что оказание помощи одним человеком другому зависит от соотношения выгод и потерь, с которыми может столкнуться человек, предлагающий другому помощь. Под потерями понимаются негативные, а под выгодами — позитивные последствия оказания помощи человеку.

Подкрепление социальное — целенаправленное воздействие на поведение человека со стороны других людей или общества, которое служит стимулом для формирования психологии и поддержки поведения соответствующих людей. Социальное подкрепление включают в себя, например, одобрение, награду, повышение престижа, предоставление человеку дополнительных полномочий, благ и т. п.

Подражание — сознательное или бессознательное повторение, воспроизведение человеком форм поведения, а через них — и психологических особенностей других людей. Выделяются два основных типа подражания. 1. Простое подражание, при котором отсутствует конфликт, связанный с актом подражания как таковым. 2. Подражание, при котором человек изначально переживает конфликт или чувство дискомфорта по поводу того, что он подражает другому человеку. Однако если данный человек видит, что и другие люди ведут себя подобным образом, то сила его внутреннего сопротивления подражанию уменьшается. Подражание рассматривается как один из основных механизмов социализации человека, приобретения им полезного для жизни опыта и тех психологических свойств, которые характеризуют его как развитую личность.

«Подходящая» гипотеза свидания (*matching hypothesis of dating* — англ.) — гипотеза, согласно которой если во время свидания или личной встречи людей кто-либо из них осознает возможность отказа (отклонения его другим партнером), то лично для него уровень физической привлекательности того, кто его отвергает, возрастает и это происходит вместе с усилением чувства, что отвергающий его партнер вполне для него подходит или что они оба подходят друг для друга.

Позиция социальная — термин, означающий место, которое человек занимает в обществе, в системе разделения труда и в сфере человеческих отношений. Социальная позиция характеризует роль, статус, авторитет, возможность и способность человека оказывать влияние на других людей и на процессы, происходящие в обществе. Иногда социальной позицией также называют отношение человека к тому, что происходит в обществе.

Познание социальное — область исследований, пограничная между социальной и общей психологией. В социальном познании внимание концентрируется на том, как люди воспринимают, припоминают, обдумывают и интерпретируют информацию о своих действиях, поступках других людей и социальных событиях.

Полоролевая идентификация — отождествление человеком себя с каким-либо другим человеком того же самого пола, что и он сам. Полоролевая идентификация — это процесс и результат приобретения ребенком в ходе его онтогенетического развития психологических и поведенческих особенностей, свойственных человеку определенного пола, включая типичное для него социально-ролевое поведение.

Полоролевая типизация — усвоение человеком форм социального поведения, типичных для людей одного с ним пола.

Полоролевое поведение — поведение, свойственное человеку определенного пола в той социальной роли, которая соответствует данному полу.

Поляризация групповая (поляризации групповой эффект) — 1. Усиление некоторой противоречивой тенденции, например конфликта, ранее уже существовавшего в системе отношений социальной группы. 2. Смещение установок, мнений, ценностей и т. п. группы к какому-либо, положительному или отрицательному полюсу. 3. Явление, возникающее в недостаточно развитых и слабо сплоченных социальных группах в процессе решения ими сложных вопросов, затрагивающих противоречивые интересы членов соответствующих групп. Групповая поляризация в этом случае проявляется в том, что в результате обсуждения таких вопросов позиции членов группы не сближаются, а, напротив, еще более расходятся по сравнению с теми, какими они были вначале. В итоге группа разделяется на две подгруппы, каждая из которых начинает придерживаться мнения, полярно противоположного мнению другой подгруппы.

Популяция выборочная — совокупность людей, из которых формируются выборка в экспериментальном (эмпирическом) исследовании. В действительности выборочная совокупность людей почти никогда не представляет, по крайней мере теоретически, всю выборочную популяцию, то есть всех без

исключения людей, на которых распространяются полученные на данной выборке результаты.

Постулаты разговорные — общее название правил ведения переговоров, которые касаются как говорящего, так и слушающего. Эти правила, по предположению, поддерживаются и той, и другой стороной в их межличностном общении. Одной из разновидностей разговорных постулатов являются так называемые разговорные максимы.

Потребности социальные — включают в себя разнообразные потребности, характерные для человека как члена общества. В их состав входят, например, потребности аффилиации, помощи, общения, достижения успехов, власти, статуса и ряд других.

Потребность в (получении) помощи (*succorance need* — англ.) — термин Г. Меррея, употребляемый для обозначения социальной потребности человека искать и получать помощь, рассчитывать на поддержку, участие и заботу со стороны других людей.

Потребность власти — социальная потребность, проявляющаяся в стремлении человека иметь власть над людьми, подчинять их себе, контролировать их поведение, диктовать им условия, править, регулировать происходящие процессы и поведение людей.

Потребность избегания порицания (потребность избегания упреков) (*blame avoidance need* — англ.) — в классификации потребностей, по Г. Меррею, представляет собой социальную потребность, согласно которой человек стремится действовать социально приемлемым способом, чтобы избежать порицания, осуждения со стороны других людей, а также неодобрения или наказания.

Потребность общения — социальная потребность, которая включает в себя стремление человека к контактам с людьми, обмен информацией с ними, взаимопонимание, желание находиться рядом (вместе) с другими людьми.

Потребность одиночества (изоляции) (*seclusion* — англ.) — термин Г. Меррея, обозначающий потребность человека в независимости, в сохранении чего-либо в тайне от людей, склонность быть одному, изолироваться от людей, не раскрывать другим своего внутреннего мира (мыслей, переживаний и т. п.).

Потребность послушания — термин Г. Меррея, обозначающий потребность беспрекословного подчинения (послушания) лидеру или старшему по статусу, возрасту и т. п. Эта потребность основана на признании лидера, старшего и т. п. безусловным авторитетом.

Потребность статусная — потребность занимать высокое положение, иметь высокий статус в обществе или в некоторой социальной группе.

Предвзгляд — устойчивое, но ошибочное мнение человека или группы людей относительно других людей, социальных групп, фактов, явлений или происходящих событий.

Предубеждение — 1. Буквально — формирование социальной установки, определение своего отношения к чему-либо или к кому-либо еще до того, как будет собрана достаточная и объективная информация о соответствующем объекте. 2. Негативное отношение человека или группы людей к другой группе людей, основанное на безосновательном приписывании членам

соответствующей группы каких-либо отрицательных свойств. 3. Неспособность кого-либо реагировать на другого человека как на самостоятельную личность, обладающую положительными свойствами. 4. Стереотипная реакция на некоторого человека как на представителя некоторой расовой, национальной или иной социальной группы.

Предубеждений формирования аккультурационная теория — социально-психологическая теория, согласно которой предубеждения формируются и проявляются по закону, суть которого выражена в следующем. Если культура данного общества включает в себя одобряемые властью и людьми взгляды и если само это общество через свои социальные институты оказывает психологическое и другое давление на людей, принуждая их принимать поддерживаемую властью и большинством людей идеологию, то у членов данного общества предубеждения формируются не как внутренняя потребность, а как способ существования и выживания в таком обществе (например, расистские или националистические взгляды в обществе, где господствуют националисты и расисты).

Престиж — особое, привилегированное положение человека среди людей в какой-либо социальной группе или в обществе в целом, связанное с высокой оценкой его личных заслуг или того вклада, который он внес в обеспечение благополучия людей или общества в целом. Престиж — это также «психологический вес» или значение, которое приобретает человек в общественном мнении, а также степень его влияния на людей, например престиж ученого, писателя, политического деятеля. Термин «престиж» можно также относить к профессиям, предметам культуры, видам деятельности и т. п.

Прививка — предупреждающее воздействие, рассчитанное на уменьшение действия на людей информации, направленной на изменение их социальных установок. Прием прививки заключается в том, что людей, ожидающих получения соответствующей информации, заранее подвергают слабому воздействию данной информации, рассчитывая на то, что они, будучи уже ознакомлены с этой информацией, в дальнейшем смогут оказать сопротивление ее более сильному воздействию. Прививка, например, может состоять в том, что людям, на которых собираются оказать психологическое воздействие, заранее дадут понять, что соответствующему источнику информации нельзя доверять. В итоге они оказываются психологически подготовленными к воздействию соответствующей информации и она на них уже не оказывает влияния или же воздействует сравнительно слабо. Прививка широко используется в практике пропаганды, в PR-технологиях, связанных с целенаправленной информационной обработкой населения.

Прививки гипотеза — гипотеза, согласно которой некоторая социальная установка, мнение, убеждение и т. п. могут быть усилены за счет представления людям, на которых оказывается соответствующее психологическое воздействие, слабых контраргументов, не способных полностью опровергнуть то, что утверждается или доказывается в каком-то сообщении.

Прививки теория — теория, объясняющая формирование и изменение социальных установок явлением психологической «прививки». В данной теории утверждается, что предварительное, опережающее воздействие, сообщение человеку относительно слабых аргументов или контраргументов в пользу

или против какой-либо точки зрения способствует тому, что данный человек с большей готовностью принимает или соответственно отвергает данную точку зрения. Согласно этой теории психологическая прививка является наиболее эффективным способом сохранить или изменить социальную установку. В практике PR-технологий теория прививки чаще всего используется в контрпропаганде.

Привлекательности межличностной ценностного подкрепления теория — социально-психологическая теория, в которой утверждается, что люди больше любят тех, чье поведение выступает для них как положительное подкрепление, или тех, чьи действия рассматриваются ими как приятные или являются своеобразной наградой для них.

Привлекательности теория вознаграждающая — социально-психологическая теория, в которой утверждается, что людям обычно нравятся те, из общения с которыми они могут извлечь для себя выгоду.

Привлекательности физической стереотип — распространенное (убедительно не подтвержденное) мнение о том, что физически привлекательные люди якобы обладают положительными, социально желательными психологическими свойствами, а физически непривлекательные люди, наоборот, отрицательными или социально нежелательными.

Привлекательности шкала, основанная на сходстве — шкала, предназначенная для измерения степени межличностной привлекательности людей друг для друга, основанная на одновременном оценивании степени сходства этих людей и их отношения друг к другу.

Привязанности стили — термин, обозначающий типичные особенности поведения взрослого человека по отношению к ребенку, который испытывает чувство привязанности к нему и демонстрирует соответствующее поведение (привязанность). Этим же словосочетанием обозначают поведение ребенка по отношению к взрослому человеку, к которому он привязан. Выделяется три типичных стиля привязанности. 1. Стилъ сближения. Этот стилъ характеризует поведение людей, которые стремятся к установлению близких взаимоотношений, тесных личных контактов с теми, к кому они привязаны, а также поведение тех, кто чувствует себя в психологической безопасности только в условиях близких взаимоотношений с людьми. 2. Амбивалентно-сопротивляющийся стилъ. Он характеризуется тем, что оба человека, испытывающих чувство привязанности друг к другу, одновременно и стремятся, и опасаются близких взаимоотношений. 3. Дезорганизованный (неустойчивый, непостоянный) стилъ. Его отличает отсутствие каких-либо стабильных, постоянных отношений между привязанными друг к другу людьми.

Привязанности теория психического развития (Д. Боулби) — психодинамическая теория развития личности Д. Боулби, в которой утверждается, что в основе психического развития ребенка лежит его способность привязываться к тем, кто о нем заботится.

Привязанность — 1. Тесная, эмоционально-положительная связь между людьми, их взаимное влечение друг к другу, в результате которых они предпочитают общение друг с другом общению и контактам с другими людьми. 2. В психологии развития — эмоциональная связь, образуемая между ребенком,

одним или обоими родителями, а также между ребенком и другими взрослыми или старшими по возрасту людьми. 3. Стремление ребенка устанавливать и сохранять те связи с близкими для него окружающими людьми, о которых выше шла речь. 4. Краткое название, предложенное Д. Боулби тому периоду раннего детства, когда активно формируются эмоциональные связи между младенцем и заботящимся о нем взрослым человеком, чаще всего — матерью ребенка.

Привязанность личная — особое предрасположение человека к кому-либо, преданность этому человеку, желание постоянно находиться рядом с ним, разделять его радости и печали, во всем ему помогать, готовность жертвовать собой, своими интересами ради данного человека.

Признание социальное — процессы, которые касаются признания человеком определенных социальных атрибутов и других людей или социальных групп. В число этих процессов входит признание группового членства, социального статуса и т. п.

Пристрастность (предубежденность) внутригрупповая — социально-психологическое явление, выражающееся в том, что члены социальной группы относятся к своей собственной группе хорошо, в то время как к другим группам они относятся гораздо хуже.

«Промывание мозгов» — в метафорическом смысле слова — попытка целенаправленного, систематического воздействия на людей, рассчитанная на изменение их мыслей, социальных установок, взглядов и убеждений. Термин «промывание мозгов» вначале использовался для характеристики пропагандистских воздействий, которым в свое время систематически подвергались американские военнопленные в Китае, а затем вошел в обиход и стал применяться более широко в социальной психологии и за ее пределами.

Пропаганда — в общем случае — любые попытки манипулирования психологией и поведением людей, целенаправленное распространение каких-либо взглядов, учений, знаний и представлений среди масс населения, рассчитанное на оказание идейного, эмоционального или поведенческого воздействия на этих людей. В узком, специальном смысле слова пропаганда может означать следующее. 1. Сознательную, систематическую организацию усилий, направленных на убеждение людей, внушение им определенной точки зрения или побуждение к определенным действиям. 2. Представление в ходе дебатов или дискуссии единственной, интересующей только данного пропагандиста точки зрения. 3. Сознательные попытки скрыть от людей то, что некоторая, тенденциозно или односторонне представленная им информация, на самом деле является пропагандой в указанном выше смысле слова.

«Простонародная» методика — форма пропаганды, в которой для того, чтобы добиться поддержки со стороны людей, пропагандист или агитатор пытается убедить других людей в том, что сам пропагандист, а также защищаемый им человек или организация не занимают по отношению к убеждаемым ими людям более высокого социального положения, не обладают властью, особыми привилегиями, повышенным материальным достатком и т. п., то есть являются такими же «простыми», как и эти люди. Для этого, например, пропагандисты и агитаторы стараются одеваться просто, находиться

среди простых людей, сниматься в рекламных (пропагандистских) роликах в «простой», например домашней, обстановке и т. п.

Пространство личностное (личное) — в общем случае — область социального пространства, непосредственно окружающая человека. Личностное пространство может быть большим или маленьким в зависимости от ряда действующих на человека в данный момент времени факторов.

Пространство социальное — географические и социальные границы, которые представляют так называемую «интерактивную» область человека, то есть такую область, в пределах которой находятся люди, с которыми данный человек может взаимодействовать. Социальное пространство может меняться со временем по мере того, как между данным человеком и другими людьми устанавливаются новые взаимоотношения, а старые связи утрачиваются, то есть по мере того, как человек становится членом новых социальных групп и меняется его социальный статус.

Протекция — покровительство, поддержка, оказываемая одним человеком, как правило достаточно влиятельным, другому человеку в его поступках и делах, включая защиту последнего от неприятностей и нападков со стороны других людей.

Психодинамический подход — подход в научных, как правило, психоаналитических теориях личности, особенностью которого является утверждение, что различия людей как личностей основаны главным образом на бессознательных (именно они в данном случае не вполне точно называются психодинамическими) конфликтах.

Психодрама — один из методов современной групповой психотерапии. Создан и теоретически обоснован американским психологом, социологом и психиатром Я. Морено. Основу психодрамы составляет организуемый и проводимый в группе людей, нуждающихся в психиатрической или психологической помощи, импровизированный психодраматический спектакль (его иногда также называют психодрамой). В ходе этого спектакля разыгрывается какая-либо реальная жизненная ситуация (жизненная драма клиента) с акцентом на выявление и разрешение психологических проблем, с которыми человек столкнулся в своей жизни.

Психологическая совместимость людей — способность людей находить взаимопонимание, налаживать хорошие деловые и личные контакты, сотрудничать друг с другом.

Психология дипломатическая — область научных знаний и исследований, касающаяся психологических аспектов межгосударственных связей и отношений, существующих и разрешаемых на дипломатическом уровне.

Психология коллектива — часть социальной психологии малых групп, включающая в себя исследования, которые касаются социально-психологических особенностей и процессов, происходящих в развитом коллективе.

Психология культурно-историческая — общее название нескольких направлений научной психологии, близких по темам, проблемам и подходам к их решению. Одно из этих направлений, возникшее в Германии, исторически связано с именами двух немецких ученых, М. Лацаруса и Г. Штейнталя,

которых считают основоположниками психологии народов, а также одними из основателей социальной психологии в целом. Другое направление связано с именем немецкого психолога В. Вундта, третье — с работами российского психолога Л. С. Выготского.

Психология масс — область социальной психологии, в которой исследуются психологические особенности больших неорганизованных социальных групп людей (масс и толп), а также других массовых объединений или скоплений людей (например, участников митингов и собраний, избирателей во время проведения избирательных кампаний). Как сфера пограничных психолого-социальных (социологических и психологических) исследований психология масс впервые была представлена в работах французских социологов Г. Лебона и Г. Тарда, а также в трудах итальянского юриста Ш. Сигеле. Несколько позднее к ней обратился известный российский врач-психиатр и социальный психолог В. М. Бехтерев.

Психология народов — область научных психологических знаний и исследований, связанная с изучением, описанием и объяснением психологических особенностей (взглядов, обычаев, традиций и т. п.) разных народов. Психология народов возникла во второй половине XIX века и под этим названием некоторое время существовала в начале XX века. Создателями психологии народов считаются немецкие ученые М. Лацарус, Г. Штейнталь и В. Вундт. Возникновение психологии народов предшествовало появлению современной социальной психологии.

Психология общественная — 1. Синоним социальной психологии (устаревшее название этой науки). Этим словосочетанием предпочитали пользоваться отечественные философы и социологи, когда, исходя из определенных политических и идеологических (ненаучных) соображений, в годы советской власти критиковали западную или «буржуазную» социальную психологию. 2. Часть современной социологии, которая касается изучения психологии общества или существующих в нем социальных групп. 3. Отрасль практической психологии, в которой психолог имеет дело с процессами и структурами, непосредственно связанными с обществом в целом (такого психолога иногда называют «психологом в социальной сфере»). Так называемая общественная психология включает в себя научную разработку вопросов, связанных с взаимодействием практического психолога с социальными организациями и официальными лицами в целях улучшения психологических условий жизни людей, особенно тех, кто плохо адаптирован к современному обществу.

Психология пенитенциарная — часть юридической психологии, включающая психологические проблемы и вопросы работы с осужденными, их перевоспитания в местах лишения свободы.

Психология персонала — общее, сравнительно редко употребляемое в российской психологии (чаще встречается в американской психологической литературе) название совокупности проблем и вопросов, связанных с промышленной или организационной психологией. Эти вопросы касаются отбора, оценки, подготовки и переподготовки кадров (персонала той или иной организации или учреждения). В психологии персонала рассматриваются, в частности, и такие вопросы, как мораль деловых отношений, удовлетворенность трудом, отношения

между руководителями и работниками предприятия (организации), их деловое и личное консультирование и ряд других вопросов.

Психология политическая — область научной психологии, в которой представлены знания и ведутся исследования, связанные с социально-психологическими аспектами политической деятельности людей.

Психология права — 1. Раздел научной психологии, имеющий дело с применением психологических знаний, законов и методов в решении правовых вопросов. 2. Одно из альтернативных названий юридической психологии. Так называемая психология права включает в себя криминальную психологию, пенитенциарную психологию, психологию предупреждения (профилактики) правонарушений, психологию судопроизводства, психологию дознания и ряд других областей.

Психология рекламы — система знаний и область научных исследований, касающихся рекламы, ее создания и использования. В психологии рекламы изучаются оптимальные с психологической точки зрения время, место и форма рекламы, особенности распространения и восприятия рекламы различными группами населения, законы психологического воздействия рекламы на людей.

Психология религии — раздел психологии, где устанавливаются психологические источники веры в бога (религии), изучается роль веры в жизни людей, природа религиозных убеждений и религиозного опыта (переживаний), а также ряд других вопросов, связанных с религией.

Психология семьи — одно из направлений социально-психологических исследований, связанное с изучением психологических аспектов становления и функционирования семьи и семейных отношений, в частности взаимоотношений между супругами, родителями и детьми в одной и той же или в различных семьях. Объектом исследования в психологии семьи являются также факторы, от которых зависит устойчивость, сохранение и распад семьи, динамика внутрисемейных взаимоотношений, особенности воспитания детей в полных и неполных, благополучных и неблагополучных семьях.

Психология социальная — отрасль психологии, где представлены знания и ведутся исследования, касающиеся особых психологических явлений, возникающих в сфере общения людей. Это, в частности, психология больших и малых социальных групп, личных, деловых и других человеческих взаимоотношений, психология восприятия и понимания людьми друг друга и социальных событий (социальная перцепция), психология воздействия людей друг на друга, социальных установок и ряд других проблем.

Психология судебная — часть юридической психологии (психологии права), в задачу которой входит изучение психологических проблем, возникающих в сфере судопроизводства. Главная цель судебной психологии состоит в том, чтобы, изучив психологические проблемы судопроизводства, выработать научно обоснованные рекомендации по практическому решению этих проблем в интересах справедливого и оперативного суда.

Психология толпы — область социально-психологических исследований, связанная с изучением психологических особенностей больших объединений людей: толп, митингов, собраний, демонстраций и т. п., — а также их влиянием на

психологию и поведение отдельно взятого человека. Название «психология толпы» впервые появилось в работах Г. Тарда, Г. Лебона, Ш. Сигеле и некоторых других ученых, которые первыми в начале XX века приступили к изучению массовидных явлений психики. Основными вопросами, которые рассматриваются в данной области знаний, являются следующие: психологические процессы и явления, возникающие в толпе, влияние людей друг на друга в толпе, изменение поведения человека под воздействием толпы и некоторые другие.

Психология транскультурная — область психологических исследований, не связанных с какой-либо конкретной, специфической культурой и распространяющихся на все без исключения культуры.

Психология управления — раздел прикладной социальной психологии (промышленной психологии и психологии труда), содержащий в себе знания о психологических аспектах оптимизации управленческой деятельности. В психологии управления ведутся исследования и содержатся психологические рекомендации, касающиеся совершенствования управленческой деятельности на разных ее уровнях, начиная с управления государством, ведомством, организацией, предприятием и заканчивая руководством отдельными трудовыми коллективами.

Психология экономическая — отрасль психологии, включающая в себя совокупность знаний и направлений исследований, связанных с экономической деятельностью людей. К экономической психологии относят, в частности, психологию предпринимательской деятельности, рекламы, маркетинга, деловых отношений и управления в сфере экономики.

Психология этническая (этнопсихология) — современное название психологии народов — науки, созданной еще во второй половине XIX века. Ее основателями считаются немецкие ученые М. Лацарус и Х. Штейнталь, которые в 1859 году учредили новый научный журнал под названием «Психология народов и языкознание». Далее этнопсихологические исследования были продолжены В. Вундтом и представлены в его десяти томном издании «Психология народов». В нашей стране начало этнопсихологическим исследованиям было положено работами Н. И. Надеждина (XIX век), который предложил термин «психическая этнография», обозначающий, по сути дела, то же, что и «психология народов» в ее первоначальном понимании (или «этническая психология» в ее современной интерпретации).

Работа социальная — область профессиональной деятельности, которая связывает социальную психологию, клиническую психологию и социологию с практикой. Ее представители — социальные работники — занимаются применением данных и методов из соответствующих наук в решении социальных проблем людей. Социальная работа, в свою очередь, делится на три сферы: (а) анализ социальных случаев, связанных с необходимостью проведения индивидуальной и семейной психотерапии; (б) групповая работа, сочетаемая с особым вниманием к асоциальным группировкам, с привлечением к ней различных общественных организаций; (с) регуляция отношений людей в обществе.

Равенства теория — общее название ряда социально-психологических теорий, в которых предпринимаются попытки объяснить поведение человека

ссылками на представление о равенстве людей, то есть ссылками на условия, в которых награды, поощрения людей находятся в соответствии с прилагаемыми ими усилиями, направленными на пользу общества или социальной группы, к которой эти люди принадлежат. Главный аргумент защитников теории равенства заключается в том, что такие различные явления, как альтруизм, власть, агрессия, кооперация и другие, могут быть подведены под общие понятия типа равенства или неравенства.

Равновесия теория — социально-психологическая теория формирования и изменения социальных установок, предложенная Ф. Хайдером. Основное предположение (утверждение) этой теории состоит в следующем: люди стремятся связать друг с другом (уравновесить) социальные установки, которые не являются сбалансированными (уравновешенными). В настоящее время название «теория равновесия» применяется и по отношению к другим теориям, в основе которых лежит идея объяснения поведения человека необходимостью восстановления некоторого «психологического равновесия» между какими-либо мыслями, идеями, поступками, действиями и т. п.

Равных (коллег, сверстников) оценка (*peer review* — англ.) — процесс, в результате которого поведение человека анализируется и оценивается другими, имеющими такое же положение (такой же статус), как и он сам, членами социальной группы, к которой данный человек принадлежит.

Развитие психосоциальное — словосочетание, характеризующее процесс психологического развития ребенка с точки зрения его социализации, то есть освоения знаний, умений и навыков, необходимых для нормальной жизни в обществе.

Развития группы социально-психологического уровень — интегральная социально-психологическая характеристика группы, указывающая на степень развитости психологических свойств и процессов, происходящих в этой группе.

Развития ситуация социальная — обстановка, жизненные условия, в которых живет человек и в которых происходит его социальное, психологическое, культурное и иное развитие.

Развития стадии психосоциальные — восемь стадий развития личности, через которые, согласно теории Э. Эриксона, проходит человек в течение своей жизни. Каждая из этих стадий включает в себя некоторого рода кризис, с которым, развиваясь как личность, человек должен справиться. Он может это сделать нормально и аномально, и от того, как он справляется с соответствующим кризисом, зависит его дальнейшее развитие.

Расизм — идеология, которая характеризуется ярко выраженной неприязнью людей одного цвета кожи (одной расы в ее антропологическом понимании) к людям с другим цветом кожи. Расизм — это не просто социальная установка, основанная на предубеждении, но и конкретные социальные действия, направленные на причинение вреда представителям другой расы. Исторически расизм в этом его понимании возник в США в первой половине XX столетия и проявился со стороны лиц с белым цветом кожи (представителей европеоидной расы) по отношению к людям с темным цветом кожи (представителям негроидной расы).

Распрограммирование (депрограммирование) — термин, не имеющий точного научного значения и обозначающий «выведение» человека из так называемого запрограммированного состояния — такого, в которое его якобы ввели помимо его сознания и воли, которое ему внушили или которое у него породили постоянные и длительные события, происходящие с ним и вокруг него. Речь идет о событиях, которые будто бы «запрограммировали» человека, «настроили» его на определенные формы социального поведения.

Расстояние психологическое — образное, метафорическое словосочетание, указывающее на психологическую близость или отдаленность (отчужденность) людей друг от друга. Психологическое расстояние считается незначительным, если люди поддерживают друг с другом близкие, тесные взаимоотношения, и, напротив, оно рассматривается как большое, если люди не поддерживают друг с другом личных взаимоотношений, относятся друг к другу безразлично или враждебно.

Реакция гражданской катастрофы — ситуационное личностное расстройство, порождаемое сильным стрессом, связанным с природной катастрофой типа землетрясения, наводнения и т. п. Типичные симптомы реакции гражданской катастрофы включают в себя беспомощность, агрессию, частичную амнезию и т. п. Они сходны с теми реакциями людей, которые наблюдаются в результате «усталости от борьбы».

Релятивизм культурный — позиция, согласно которой то или иное явление культуры невозможно правильно оценить иначе, как только с позиций той культуры, в которой оно возникло и существует. Культурный релятивизм, в частности, включает подобного рода оценку и интерпретацию произведений музыки, изобразительного искусства, литературы, изделий промышленного производства, мораль, этику, формы и нормы культурного поведения. В основе культурного релятивизма лежит идея о том, что ни одна из культур в сравнении с другой культурой не может оцениваться как более совершенная или более развитая: все культуры признаются одинаковыми по своей ценности.

Релятивизма морального стадия — стадия нравственного, морального развития ребенка, при достижении которой он начинает понимать, что нормы морали, существующие среди людей, являются относительными и могут меняться от одной социальной ситуации к другой. Этого уровня морального развития дети достигают только в подростковом возрасте.

Репрезентации социальные — 1. Принятые в обществе убеждения. 2. Нормы, идеи, установки и ценности, поддерживаемые большинством людей в данном обществе или в некоторой социальной группе.

Референтный — 1. Являющийся чем-либо таким (объектом, фактом, событием и т. п.), на что обычно ссылаются в подтверждение некоторых идей. 2. Служащий источником идей или являющийся образцом для подражания.

Реферирование социальное — обращение одного человека (в частности, ребенка) к другому человеку (взрослому) с целью выяснения того, как ему следует поступать или реагировать на происходящие события.

Рефлексивность — импульсивность — гипотетическое измерение когнитивного стиля, основанное на факте, согласно которому некоторые люди при

решении своих жизненных проблем имеют склонность действовать «импульсивно», то есть реагировать на происходящее, исходя из первого впечатления или внезапно возникшего чувства, в то время как другие люди, напротив, предпочитают действовать более «рефлексивно», последовательно и, прежде чем принять решение, тщательно все продумывают и взвешивают все его последствия.

Ритуал — 1. Публично совершаемая церемония. 2. Совокупность и установленный порядок обрядовых действий, выполняемых людьми. Ритуалы в этом их понимании составляют часть общественной психологии и социального поведения группы людей. 3. Любая последовательность действий, которые являются стилизованными, стандартизованными и относительно негибкими (ригидными). 4. Стандартизированная система действий, диктуемых сложившимися традициями — религиозными, национальными, культурными, этническими и т. п. 5. Синоним слова «церемония». 6. Повторяющееся, иррациональное, неразумное поведение.

Ритуалы презентационные — термин Е. Гоффмана, означающий разнообразные ритуальные действия, предпринимаемые человеком для того, чтобы далее взаимодействовать с людьми. Имеется четыре группы так называемых презентационных ритуалов: приветствия, приглашения, высказывание комплиментов и оказание небольших услуг. Презентационные ритуалы вместе с ритуалами избегания составляют основу «защитного» поведения.

Розенталя эффект — явление, согласно которому ожидание происхождения чего-либо и уверенность в том, что это должно произойти, иногда побуждают данного человека вести себя по отношению к другим людям таким образом, чтобы его ожидания и убеждения действительно оправдались. Эффект Розенталя проявляется, в частности, в том, что человек, будучи настроенным определенным образом в отношении другого человека, невольно начинает вести себя так, что вынуждает этого человека поступать в соответствии со своими ожиданиями. Термин «эффект Розенталя» появился в результате исследований, направленных на выяснение влияния, которое оказывают убеждения, ожидания и установки как экспериментаторов, так и самих испытуемых.

Ролевого предписания теория (гипноза) — теория гипноза, в которой утверждается, что загипнотизированный человек играет, по существу, роль, предписанную ему через гипнотическое внушение. Эта теория предполагает, что гипноз не изменяет психологию человека, но бессознательно вовлекает его в исполнение соответствующей роли.

Ролевой формообразующий эффект (*fashioning effect* — англ.) — термин, используемый в теории социальных ролей для констатации того, что социальная роль, принятая на себя человеком, оказывает одновременное влияние и на его поведение, и на его представление о себе.

Ролевые методы — разновидность средств психодиагностики и психотерапии, предполагающих взятие на себя и исполнение людьми определенных социальных ролей.

Ролей лидерских теория (Р. Бейлза) — теория, разработанная американским социальным психологом Р. Бейлзом и доказывающая существование в группе двух различных, не связанных между собой лидерских ролей. Одна

из них — это роль эксперта, то есть специалиста по работе, выполняемой группой. Эта роль проявляется в обсуждении и решении лидером вопросов, связанных с профессиональной деятельностью группы, то есть ее деловых вопросов. Другая роль — это роль социально-эмоционального лидера, который принимает активное участие в обсуждении и решении личных вопросов членов данной группы, в создании и поддержании благоприятной психологической атмосферы в группе и хороших личных взаимоотношений между ее членами. Для того чтобы группа работала успешно, обе названные роли в ней должны быть представленными и успешно выполняться.

Ролей теория — социально-психологическая теория личности и межличностных отношений, опирающаяся на понятие социальной роли. Согласно данной теории человек как личность представляет собой систему взятых на себя и успешно реализуемых им социальных ролей. Его психологическое развитие понимается как освоение различных социальных ролей, а личностное изменение соответственно — как отказ от прежних и принятие на себя новых социальных ролей. В свою очередь, теория ролей опирается на теорию социального научения.

Роли реципрокные (взаимно дополнительные) — социальные роли, которые неотделимы друг от друга и могут существовать только попарно, взаимно дополняя друг друга, например: родитель — ребенок, муж — жена, руководитель — подчиненный.

Роли социальной исполнения побудительная (саморегулирующая) теория — социально-психологическая теория, в которой утверждается следующее: чем выше награда за исполнение человеком определенной социальной роли, чем больше выгод от ее исполнения он сможет получить, тем лучше человек будет стараться выполнять эту роль и тем убедительнее будут аргументы, которые он использует для одобрения соответствующей роли, тем значительнее будет изменение его социальных установок в пользу соответствующей роли.

Роль — социально-психологическое понятие, обозначающее психологию и формы поведения, характерные для человека в зависимости от того, какое положение в обществе или социальной группе он занимает.

Роль гендерная — набор специфических форм ролевого поведения, характерный для людей определенного пола в условиях данной культуры.

Роль групповая — социальная роль, которую человек берет на себя или которую ему отводит социальная группа, членом которой он является.

Роль социальная — совокупность форм поведения, характерных для человека, занимающего определенное положение в обществе или в социальной группе, например роль лидера, руководителя, родителя, ребенка, учителя и т. п.

Ромео и Джульетты эффект — повышение уровня эмоциональной привлекательности молодых людей друг для друга в том случае, если их родители настроены против их дружбы и желают их разлучить.

Роста принцип — утверждение, согласно которому эмоциональное и интеллектуальное развитие человека как личности происходит тогда, когда он освобождается от ограничений, накладываемых на него давлением социальных условностей, от наказаний за их нарушение или от страха получения наказания,

а также от социальной цензуры его мыслей и действий. Этот принцип был заявлен и использован К. Роджерсом в его гуманистической теории личности.

Руководство партиципативное — форма руководства организацией, при которой ее работники (служащие) частично вовлечены в процесс управления ею.

Сакральный — 1. Священный или освященный верой. 2. Относящийся к религиозному культу, обрядовый, ритуальный. Сакральными обычно называют те аспекты жизни общества или его культуры, к которым люди относятся особенно бережно, с большим трепетом и уважением. Это могут быть физические объекты (здания, памятники), духовные, сверхъестественные вещи. Это также может быть бог, социальные нормы, ценности и т. п.

Самоактуализация — 1. Полное использование и полноценное развитие человеком имеющихся у него задатков, их превращение в высокоразвитые способности. 2. Стремление к личностному самосовершенствованию.

Самоопределение личности — самостоятельный выбор человеком своего жизненного пути, целей, ценностей, нравственных норм, будущей профессии и образа жизни.

Самопрезентация — буквально — процесс представления человеком себя другим людям с помощью социально одобряемых и культурно приемлемых способов поведения. Этот процесс основывается на специфических, сознательно продуманных человеком стратегиях, предназначенных для формирования желательного для него образа у окружающих людей.

Самораскрытие (*self-disclosure* — англ.) — 1. Представление человеком себя как личности другим людям, включая демонстрацию психологических свойств и особенностей, которые большинство людей обычно скрывают от окружающих. 2. Акт публичного самовыражения человека, рассчитанный на то, чтобы привлечь к себе внимание, пробудить интерес, получить одобрение, помощь, поддержку и т. п.

Самораскрытия взаимность (*disclosure reciprocity* — англ.) — социально-психологическое явление, в соответствии с которым у людей при доверительном разговоре часто возникает стремление к обоюдной (взаимной) откровенности.

Самоубийство альтруистическое — разновидность самоубийства, которая мотивирована желанием самоубийцы своим уходом из жизни сделать для кого-либо добро.

Самоубийство аномическое — разновидность самоубийства, в основе которого лежит чувство бессмысленности существования, утрата человеком цели или смысла жизни, а также одиночество, изоляция, разрыв отношений с близкими людьми, утрата веры в ценности и справедливость устройства общества.

Самоубийство эгоистическое — разновидность самоубийства, в основе которого лежит желание человека причинить этим действием неприятности кому-либо, например своим близким. Эгоистическое самоубийство может быть мотивировано также глубокой личной неудачей, чувством того, что человек не живет в соответствии с общепринятыми нормами и личными ожиданиями.

Самоуверенности феномен (*overconfidence phenomenon* — англ.) — социально-психологическое явление, в соответствии с которым большинство людей проявляют склонность скорее быть уверенными, чем точными в своих

суждениях. В соответствии с феноменом самоуверенности люди склонны переоценивать правильность своих суждений и отстаивать их. Это объясняется, в частности, стремлением людей быть значимыми, привлекать к себе внимание, пользоваться уважением и авторитетом в глазах окружающих людей.

Санкции — средства социально-психологического воздействия на человека, которые применяются обществом или социальными группами, а также отдельными людьми для того, чтобы повлиять на поведение данного человека. Санкции могут быть положительными, поддерживающими или стимулирующими соответствующее поведение, и отрицательными, препятствующими или подавляющими его.

Санкции социальные — одобрение (поощрение, поддержка) действий человека или группы людей со стороны общества, если его поведение (или действия социальной группы) соответствует общественным ценностям и ожиданиям, или, напротив, неодобрение, наказание человека (группы людей), если его поведение (действия группы) не соответствует социальным ценностям, нормам и ожиданиям.

Сверхаддитивный эффект — более высокий в количественном и качественном отношении результат групповой деятельности по сравнению с итогами индивидуальной работы такого же количества людей. Данный эффект возникает в малой группе при повышении уровня ее социально-психологического развития. Это происходит вследствие более четкого распределения обязанностей, координации действий и установления благоприятных деловых и личных взаимоотношений между ее членами.

Сдвиг к риску — явление, согласно которому люди более склонны принимать рискованные решения после того, как они участвовали в групповой дискуссии, чем до нее. Этот феномен первоначально был обнаружен в исследованиях лабораторного типа. Однако в некоторых других исследованиях, где люди сталкивались уже с реальной, а не экспериментальной жизненной ситуацией и вынуждены были принимать не гипотетические, а настоящие, значимые для них решения, которые могли иметь не всегда благоприятные для них последствия, феномен сдвига к риску не наблюдался. Его появление, как выяснилось, существенно зависит от значимости обсуждаемого вопроса для группы людей и от последствий принятия того или иного решения.

Символ статусный — любой символ, знак или признак, отличающий людей, имеющих различные статусы. Статусный символ обычно указывает на положение, которое человек занимает в системе взаимоотношений той или иной социальной группы.

Ситуационизм — подход, в русле которого человеческое поведение рассматривается как в основном детерминированное стимулами, исходящими из окружающей среды (обстановки, ситуации), а не стимулами, порождаемыми самим человеком.

Ситуация — 1. Обстановка, окружающая в данный момент времени человека. 2. Реальное положение дел, сложившееся на данный момент времени. 3. Совокупность обстоятельств, в которых оказался человек и которые определенным образом влияют на его психику и поведение.

Скаффолдинг (*scaffolding* — англ.) — интерактивный (основанный на взаимодействии людей) социальный процесс, в котором один человек ведет себя так, чтобы добиться вполне определенной реакции со стороны другого человека. Тот человек, который в данной ситуации оказывает влияние на партнера, по определенному плану или замыслу время от времени сам меняет свое поведение по отношению к партнеру. По мере того как второй человек — партнер — становится все больше адаптированным (подготовленным) к новой, более сложной форме поведения в изменившейся ситуации, первый человек вновь изменяет, усложняет взаимодействие с ним, повышая требования, предъявляемые второму человеку. Это происходит постепенно и продолжается до тех пор, пока оба партнера полностью не усвоят нужные формы взаимодействия друг с другом и не достигнут в них высокого уровня развития. Иногда этот процесс называют форматированием. Теория и практика скаффолдинга основаны на необихевиористских идеях оперантного обусловливания, сформулированных Б. Скиннером.

Слепота культурная — предрасположенность человека к тому, чтобы рассматривать события, происходящие в окружающем мире, с позиций только своей, специфической культуры, отличной от других культур. Культурная слепота — это неспособность человека воспринимать, осознавать, понимать и принимать точки зрения других людей, отличные от собственной, а также неспособность должным образом оценивать достоинства другой культуры и связанные с ней отношения людей. Синонимом понятия «культурная слепота» является термин «этноцентризм».

Слиппер-эффект — явление из области формирования и изменения социальных установок людей. Этот эффект проявляется в том, что информация, рассчитанная на изменение социальных установок людей не сразу после ее восприятия и принятия людьми, вызывает изменение соответствующих социальных установок. Этот эффект оказывается отсроченным и начинает проявляться спустя только некоторое, иногда достаточно длительное, время после получения информации. Слиппер-эффект объясняется сложными внутренними, психологическими процессами, которые происходят в промежутке времени между восприятием информации и выработкой реакции на нее в виде изменения социальной установки.

Служба психологическая — система психологических учреждений (подразделений, отделов, групп, команд и т. п.), создаваемых при различных социальных организациях для оказания психологической помощи людям. Основные сферы деятельности психологической службы — консультирование, психодиагностика и психокоррекция. Дополнительная область деятельности работников психологической службы — психологическое просвещение населения. В настоящее время в нашей стране психологические службы созданы и работают в сфере образования, медицине, вооруженных силах, органах правопорядка, транспортной системе, промышленности, политике, спорте и ряде других социальных институтов и организаций.

Слухи — массовидное явление психики, представляющее собой информацию, передаваемую людьми из уст в уста. Речь идет о непроверенной, не вполне

достоверной информации, которая, кроме того, искажается при ее передаче в устной форме через многих людей.

Слухов интенсивности распространения формула — формула, предложенная Г. Олпорт и Л. Постменом. Согласно этой формуле интенсивность слухов является мультипликативной функцией важности для людей того, о чем говорится в содержании слуха, и показателем неопределенности или двусмысленности слуха. Эта формула выглядит следующим образом:

$$R = i \times a,$$

где: R — интенсивность слуха, i — важность для людей информации, содержащейся в слухе, a — неопределенность или двусмысленность слуха.

Слушание активное — вид слушания, при котором слушающий человек не пассивно воспринимает речь говорящего, а активно воздействует на него во время слушания таким образом, чтобы разговаривать с ним и как можно больше услышать от него. Для этого обычно используются некоторые специальные приемы активизации говорящего (их называют также приемами активного слушания), включающие постановку разнообразных вопросов, повторение, уточнение сказанного или услышанного, передачу этих вопросов своими словами (парафраз), выражение сопереживания, сочувствия говорящему, демонстрацию полного согласия с ним и безусловного принятия того, о чем он говорит, повторение его телодвижений: жестов, мимики, пантомимики (зеркализация) — и ряд других приемов.

Совесть — способность человека переживать и сожалеть о нарушениях им самим или другими людьми норм морали. Совесть — это также чувство, которое характеризует личность, достигшую высокого уровня социально-психологической зрелости.

Совместимость — способность людей работать вместе, успешно решать задачи, требующие от них согласованных действий и хорошего взаимопонимания.

Совместимость психологическая — готовность и способность людей устанавливать друг с другом хорошие личные и деловые отношения, добиваться взаимопонимания и высоких результатов в совместной деятельности. Психологическая совместимость может быть частичной или полной (последнее происходит сравнительно редко вследствие множества причин несовместимости людей). Психологическая совместимость зависит от индивидуальных особенностей людей, совпадения их интересов, психических состояний в данный момент времени, сложившейся обстановки, прошлого опыта и ряда других факторов.

Согласие общественное (соглашение социальное) — социально-психологическое явление, благодаря которому между людьми возникает согласие (снимаются противоречия, обнаруживается единство) по тем или иным жизненно важным для них вопросам.

Согласованности теории — обобщенное название социально-психологических теорий, объясняющих процесс формирования и изменения социальных установок явлением когнитивной или поведенческой согласованности. Эти теории исходят из предположения, что людям свойственно стремиться к согласованности своих убеждений (взглядов, суждений, оценок) и действий

(поступков). Предположение о том, что рассогласование убеждений и поступков вызывает психологическое состояние дискомфорта, а также о том, что в случае, если убеждения человека не соответствуют его поведению, он будет мотивирован к изменению или убеждений, или поведения, является одной из главных идей всех теорий согласованности. Они включают в себя такие частные социально-психологические теории, как теория равновесия, теория конгруэнтности, теория когнитивного диссонанса.

Соглашение (поиск согласия) (*bargaining* — англ.) — процессы, используемые двумя или более людьми в некоторой социальной группе в попытках найти согласованное решение обсуждаемой проблемы. Скрытым, но важным в этом определении является факт наличия множества критических переменных, которые влияют на процесс поиска согласия, таких, например, как личностные факторы, ожидаемый результат согласия, потери и выгоды каждого из участников процесса.

Сожаление предвосхищающее (сожаление по поводу предстоящего; сожаление по поводу того, что должно или может произойти) — чувство сожаления, которое переживает человек, когда он рассматривает различные варианты принятия какого-либо решения и пытается выбрать один из них. Предвосхищающее сожаление проявляется в том, что еще до принятия окончательного решения человек начинает переживать его возможные отрицательные последствия, то есть заранее сожалеть о еще не принятом и не реализованном решении. Это, в частности, может проявляться в следующем утверждении: «Завтра я, наверное, буду жалеть о том, что собираюсь сделать сегодня».

Сознание массовое — система явлений, представленных в сознании больших неорганизованных объединений людей: масс и толп. В массовое сознание входят знания, убеждения, потребности, нормы, ценности, отношения, общие эмоциональные переживания людей. Массовое сознание формируется как отражение состояния общества в данный момент времени. Массовые настроения и общественное мнение являются частными формами проявления массового сознания.

Сознание нормативное — часть сознания человека, связанная с восприятием, пониманием и принятием им определенных социальных норм.

Сознание обыденное — термин, обозначающий средний (не самый высокий, не самый низкий и не обязательно научный) уровень развития сознания людей. Обыденное сознание отличается от научного тем, что в нем преобладают так называемые житейские, не научные понятия и представления. Обыденное сознание порождается реальными условиями жизни людей и выражается в преобладающих у них взглядах, отношениях, интересах, установках, образе жизни. Обыденное сознание отличается невысокой точностью отражения внешнего мира, недостоверностью знаний, на которые оно опирается, недостаточной строгостью суждений и оценок.

Сознание социальное — 1. В общем случае — осознание человеком того, что он (его культура, образ жизни и т. п.) представляет собой. 2. Осознание конкретным, отдельно взятым человеком того, что его потребности, чувства, социальные установки и убеждения не являются уникальными,

что они разделяются другими людьми, особенно теми, кто имеет сходное социальное положение и происхождение. 3. Синоним группового или массового сознания.

Сообщение двойственное (противоречивое) — характеристика ситуации, в которой человек получает противоречивые сообщения от другого, достаточно влиятельного человека. В ситуации двойственного сообщения никакие целесообразные действия практически невозможны, так как человек, получивший противоречивое сообщение, не представляет себе, как действовать, как вести себя в сложившейся ситуации. Пример двойственного сообщения — демонстрация влиятельным человеком одновременно и симпатии, и антипатии к кому-либо или к чему-либо.

Сопереживание — переживание человеком тех же чувств, которые характерны для других людей.

Соперничество — стремление к соревнованию с людьми, желание одержать верх над ними, победить, превзойти их.

Сопrotивления теория — теория, в которой утверждается, что при подходящих для этого условиях (обстоятельствах) люди будут выступать против попыток ограничить их свободу выбора или контролировать их поведение, препятствовать принятию ими самостоятельных решений. Из теории сопротивления вытекают, в частности, следующие важные выводы (допущения). 1. Поскольку привлекательность какого-либо предмета или желательность вида деятельности зависят от того, может ли человек их свободно выбирать, то чем больше будут ограничивать его свободу выбора, тем привлекательнее ему будет казаться соответствующий предмет или вид деятельности. 2. Когда человеку кажется, что на него оказывается давление, заставляющее его выбирать тот или иной предмет или вид деятельности, их привлекательность для него, напротив, будет уменьшаться пропорционально силе оказываемого на него давления.

Сотрудника наименее предпочитаемого тест (*Least Preferred Co-worker (LPC) test* — англ.) — психологический тест, предназначенный для выяснения того, является лидер в группе человеком, ориентированным на людей или на задачу. Оцениваемому лидеру в практике применения данного теста предлагается определить наименее компетентного сотрудника из числа тех, с кем ему приходится работать, руководствуясь определенным набором черт личности, таких, например, как приятность, готовность прийти на помощь, стремление к сотрудничеству и ряд других. Предполагается, что лидер, ориентированный на людей, не будет склонен говорить неприятные вещи о другом человеке, с которым ему приходится работать, даже если этот человек на самом деле худший из всех подчиненных ему людей. Создатели данного теста исходили из того, что тот из лидеров, кто выше других будет оценивать наименее предпочитаемого сотрудника, является ориентированным на людей, а тот, кто будет низко оценивать наименее предпочитаемого сотрудника, будет, соответственно, ориентирован на работу.

Социабельность — сравнительно редко используемый термин, обозначающий склонность, стремление человека к общению с людьми, к установлению и расширению социальных контактов.

Социализация — процесс и результат усвоения человеком социального опыта. В широком смысле слова — процесс приобщения людей к достижениям человеческой цивилизации, усвоения и воспроизводства ими общественного опыта. В результате социализации они приобретают свойства, знания, способности, умения и навыки, характерные для современного человека и необходимые ему для нормальной жизни в человеческом обществе, становятся цивилизованными, культурными людьми — личностями. В более узком смысле слова под социализацией может пониматься следующее. 1. Процесс и результат освоения отдельно взятым человеком доступного и необходимого ему социального опыта, становление его полноценным членом общества или какой-либо социальной группы. 2. В промышленной и организационной психологии — процесс, посредством которого новый член соответствующей организации учится адаптироваться к нормам и распределению ролей в этой организации.

Социальная ингибция — торможение психических процессов, ухудшение результатов деятельности человека в присутствии других людей и под их влиянием.

Социальная ситуация развития — система социальных условий, в которых происходит психологическое развитие человека.

Социальная установка (*social attitude* — англ.) — устойчивое отношение человека или группы людей к кому-либо или к чему-либо. Объектами социальной установки (или тем, к чему она относится) могут быть сам человек, окружающие его люди или группы людей, социальные процессы и события, предметы материальной или духовной культуры и т. п.

Социально-когнитивная теория (А. Бандуры) — теория, в которой социальное научение человека объясняется на основе его способности наблюдать и подражать поведению других людей. При этом определенная роль отводится когнитивным процессам (когнитивным способностям), которые наряду со стимулами (подкреплениями) со стороны окружающей среды оказывают влияние на процесс научения. К когнитивным процессам, или способностям, в данном случае относятся прогнозирование, ожидание, оценивание и представление. Они опосредствуют связи между поведением человека и его социальными подкреплениями.

Социально-психологический тренинг — теория и практика психотерапевтического или психокоррекционного воздействия на людей, рассчитанная на улучшение их личностный рост и лучшее приспособление к условиям жизни.

Социальные ожидания — ожидаемые от человека, занимающего в обществе определенное положение, оценки, суждения, действия и поступки, соответствующие его социальной роли.

Социальный стереотип — искаженное, неточное, обобщенно-иррациональное представление об определенной категории людей или о том, что происходит в обществе. Социальные стереотипы могут проявляться в отношениях людей к определенным общественным событиям, явлениям, социальным группам, отдельным людям, а также в политических, экономических, национальных, религиозных, культурных и других взаимоотношениях людей.

Соцнобнология — 1. Одно из альтернативных названий психогенетики. 2. Наука, которая занимается исследованием биологических основ социального поведения человека. Доминирующая парадигма в этой области знаний представляет собой приложение принципов и теорий эволюционной биологии к объяснению отношений и поведения людей в обществе.

Социограмма — рисунок, выполненный по определенному плану, на котором в виде условных обозначений представлена система отношений, сложившихся в некоторой малой социальной группе и выявленных с помощью социометрической методики.

Социодрама — то же самое, что психодрама, но с акцентированием внимания на ролях, которые берут на себя люди в психотерапевтических (психодраматических) группах.

Социология — наука об обществе, его структуре, социальных институтах, процессах, группах и личностях, играющих в обществе существенную роль. Социологов, проявляющих интерес к социально-психологической проблематике, в основном интересуют формы поведения людей в больших социальных группах, в отличие от психологов, чей интерес в этой науке преимущественно связан с изучением поведения человека в малой группе.

Социометрия — буквально — «измерения социальных отношений». В специальном, узком значении термин может означать следующее. 1. Социальная теория Я. Морено, представляющая и объясняющая отношения между людьми в обществе. 2. Совокупность социально-психологических методик, предназначенных для экспериментального изучения, представления и оценки человеческих взаимоотношений в малых социальных группах.

Социопетальный — характеристика обстановки как способствующей улучшению отношений включенных в нее людей.

Социотерапия — общее название форм психотерапии, в которых особое внимание уделяется социальным — обстановочным и межличностным — аспектам, то есть внешним факторам психотерапевтического воздействия, в сравнении с внутренними, психологическими факторами или в противоположность им.

Социофугальный — характеризующий социальное окружение человека, упорядоченное таким образом, чтобы свести к минимуму слишком близкое расположение людей, которые этим окружением пользуются. Это касается, например, расположения мест для сидения в публичных местах (комнаты ожидания, отдыха и т. п.), где соответствующие предметы мебели расставлены, например, по рядам, между которыми имеется достаточное пространство.

Социоцентр — человек, который находится в центре социограммы и к которому направлено больше всего социометрических выборов. Такого человека, если речь идет о положительных выборах, также называют лидером.

Социоцентризм — 1. Мнение людей, согласно которому социальная группа, к которой они принадлежат, представляет идеальные ценности, нормы и стандарты поведения. 2. Синоним этноцентризма.

Сплоченность групповая — социально-психологическая характеристика единства малой группы, проявляющегося в общности взглядов, целей,

ценностей, социальных установок и социальных норм членов группы, а также в согласованности их действий в различных социальных ситуациях.

Сплоченность малой группы — психологическая характеристика внутреннего единства малой группы.

Сплоченность социальная — тенденция общества сохранять, соединять, связывать в единое целое все его компоненты. Степень внутреннего единства (сплочения) общества отражается в его сопротивлении распаду или разрушению со стороны внешних сил.

Спонтанности тест — термин Я. Морено, используемый для обозначения тех аспектов психодрамы, где человек находится в ситуации, похожей на реальную жизнь, и должен спонтанно выражать свои чувства в отношении других людей, участвующих в психодраме.

Способности коммуникативные — способности человека, проявляемые в его общении с людьми. Они включают в себя коммуникативные умения, способность к научению в сфере общения, умения и навыки, направленные на достижение взаимопонимания и оказания влияния на людей.

Способности организаторские — способности, связанные с умением человека организовывать какое-либо дело, особенно тогда, когда для его успешного выполнения необходима скоординированная совместная работа многих людей.

Сравнительный (сопоставительный) уровень — средний уровень взаимоотношений, на установление которых человек рассчитывает, вступая во взаимодействие с другими людьми. Индивиды с высоким сравнительным уровнем ожидают установления благоприятных взаимоотношений с окружающими людьми. Согласно имеющимся данным существует еще и так называемый «альтернативный уровень сравнения», то есть уровень для других людей, который, если он выше сравнительного уровня данного человека, побуждает его меньше придерживаться определенных принципов и правил во взаимодействиях с другими людьми.

Стадность — 1. Применительно к животным — стремление некоторых видов животных жить стадами или семьями (сообществами). 2. Применительно к человеку (в условном, метафорическом использовании) — тенденция человека принадлежать определенной социальной группе, находиться в ней, заниматься общим с другими людьми делом, получать удовлетворение от совместной деятельности.

Стандарты социальные — психологические и поведенческие стандарты, основанные на сравнении психологии и поведения отдельно взятого человека с психологией и поведением других людей в данном обществе.

Статистический подход к межличностному восприятию — подход к пониманию (теоретическому объяснению) межличностного восприятия, согласно которому впечатления о человеке, складывающиеся в процессе его восприятия, основаны на суммировании или статистическом объединении оценок, даваемых отдельным чертам личности воспринимаемого человека.

Статус — 1. Положение человека в системе межличностных отношений группы или общества в целом, его авторитет, признание, уважение со стороны

других людей. Так понимаемый статус включает в себя права, привилегии, престиж, власть данного человека относительно других людей в данной группе или обществе. 2. Социально-психологическая мера влияния человека на других людей и процессы, происходящие в определенной социальной группе или обществе.

Статус предписанный (заданный, предуготованный) — положение, полученное человеком без каких бы то ни было усилий с его стороны, например по должности или по наследству.

Статус приобретенный (достигнутый, заработанный) — положение, которое приобретено человеком за счет его собственных усилий, способностей, например за счет победы на выборах или в конкуренции (конкурсе) с другими людьми.

Статус социометрический — положение человека в малой социальной группе, определенный с помощью социометрической методики.

Статус социоэкономический — рейтинг (оценка) статуса, положения, занимаемого человеком в социальной структуре так называемого стратифицированного общества. Социоэкономический статус основывается на социальных (например, социальное происхождение, принадлежность к определенному социальному классу, образование, ценности, род занятий и т. п.) и экономических (заработная плата, семейный доход и т. п.) показателях.

Стиль объяснения социальных, жизненных событий человеком (*explanatory stile* — англ.) — социально-психологическое явление, характеризующее предпочтительный способ объяснения людьми того, что происходит с ними или вокруг них в обществе. Так, например, пессимистический (негативный, депрессивный) стиль объяснения отличается тем, что человек, придерживающийся данного стиля в понимании происходящих событий, объясняет их недостатками общества и живущих в нем людей. Оптимистический стиль объяснения отличается тем, что причины происходящих негативных явлений видятся человеку в сложившихся, не зависящих от людей обстоятельствах.

Субкультура — культура отдельной, хорошо организованной части общества. Так понимаемая субкультура включает в себя специфические для данной части общества (группы) ценности, нормы, традиции, обычаи.

«Сцепленных вагонов» методика (*bandwagon* — англ.) — методика организации и ведения пропаганды, при пользовании которой людей убеждают в том, что большинство других людей якобы придерживается вполне определенного, «правильного» мнения. В его справедливости орган пропаганды старается убедить тех людей, которые подвергаются его воздействию, то есть, образно говоря, присоединить, «прицепить» их к «поезду мнений».

«Сцепленных вагонов» эффект — социально-психологическое явление, в соответствии с которым люди испытывают на себе сильное давление со стороны. Это давление вынуждает их вести себя конформно по отношению к определенной социальной установке или определенному мнению, когда они видят или их убеждают в том, что такой же установки или такого же мнения придерживается большинство людей в данной группе или обществе, к которым они принадлежат.

Табу — 1. Строгий запрет, накладываемый на что-либо: действие, предмет, слово и т. п. 2. Любое запрещенное или наказуемое действие. 3. Сам акт запрещения, закон, положение, которые нельзя нарушать.

Территория вторичная — разновидность территорий, которая обычно занимает промежуточное положение между первичной и публичной территорией в положении человека среди людей и в его взаимоотношениях с окружающими людьми.

Территория первичная (основная) — разновидность территорий, которой пользуется (обладает на нее исключительным правом) какая-либо группа, организация людей или сообщество животных. В качестве примеров такой территории могут выступать собственный дом (квартира) для членов семьи, помещение, находящееся в собственности какой-либо организации, часть природной территории, помеченная каким-либо животным (медведем, тигром и т. п.). Вторжение посторонних на первичную территорию без ведома или без разрешения хозяина обычно вызывает у него резкий протест и активные, защищающие эту территорию действия.

Территория публичная (территория свободная) — любая территория, куда практически каждый человек имеет свободный доступ и которая никому конкретно не принадлежит.

Толерантность — 1. Терпимость, снисходительность человека к кому-либо или к чему-либо. 2. Способность человека в течение длительного времени стойко переносить какие-либо неприятности. 3. Установка на либеральное отношение и принятие (понимание) поведения, убеждений и ценностей других людей. 4. Способность выдерживать стресс, лишения, боль и другие неприятности без серьезных последствий.

Толпы гипнотическая сущность — пенаучное, образное, метафорическое выражение, используемое иногда для обозначения социально-психологических процессов, происходящих в толпе. Это выражение применяется тогда, когда хотят подчеркнуть, что влияние толпы на психологию и поведение составляющих ее людей чем-то напоминает гипноз.

Тоталитаризм — 1. Одна из форм государственного устройства, основанная на полном сосредоточении власти в руках государства (правителя, единственного государственного органа и т. п.), на полном контроле со стороны государства всего, что в нем происходит, включая психологию и поведение людей. 2. Форма правления (руководства, лидерства), предпочитаемая находящимися у власти авторитарными личностями. 3. Направление мыслей, социальные установки людей, поддерживающих авторитарного лидера и авторитарный стиль правления в государстве или какой-либо социальной организации (группе).

Тотем — некоторый объект: животное, растение, предмет или явление природы, — который освящается людьми и служит религиозному поклонению со стороны данной группы людей. Тотемы в древности были широко распространены среди людей, особенно на ранних этапах историко-культурного развития, и играли мистическую и символическую роль в их жизни.

Тотемизм — форма религии, основанная на тотемах, на вере в существование сверхъестественной связи и кровного родства между соответствующей

группой людей, придерживающихся данной веры, и соответствующего тотема. Последний нередко считается родоначальником и покровителем соответствующего человеческого рода.

Традиция — 1. Обычай, установленный порядок, способ поведения, нормы, характеризующие человеческие личные или деловые взаимоотношения. 2. Иден, взгляды, отношения, вкусы, правила поведения, сложившиеся в одном поколении или передаваемые людьми из поколения в поколение.

Традиция социальная — социальный обычай, порядок или убеждение, а также скоординированная система социальных действий, сохраняющаяся и передаваемая из поколения в поколение.

Трансактивный анализ — теория и практика групповой психотерапии, основанная на идее о том, что проблемы взаимоотношений людей связаны с тем, что в общении друг с другом они берут на себя роли, не соответствующие их индивидуальным особенностям или сложившейся ситуации. Такие люди не в состоянии правильно оценивать собственные роли, не могут подстраиваться под роли, исполняемые другими людьми. Трансактивный анализ направлен на то, чтобы научить человека вести себя в общении с другими людьми в соответствии с сознательно выбираемой и контролируемой им ролью, в согласии с тем, какие роли на себя берут и исполняют другие люди. Автор теории и практики трансактного анализа (в его первоначальном варианте) — американский психолог Э. Берн.

Трансакция — взаимодействие, взаимное влияние людей в различных социальных группах.

Трансмиссия (передача) культурная — процесс социального научения, в результате которого ценности, стандарты и нормы некоторой культуры передаются от одного к другим поколениям людей.

Тренинг — целенаправленное обучение людей чему-либо. Термином «тренинг» широко пользуются в современной индивидуальной и групповой практической психологии для обозначения методов, которые рассчитаны на обучение людей чему-либо полезному в психотерапевтических или психокоррекционных группах.

Тренинг ассертивности (уверенности в себе) — общее название нескольких психотерапевтических тренинговых методик, которые применяются в работе с психологическими и поведенческими нарушениями. Общим для этих нарушений является отсутствие у человека так называемой ассертивности (самостоятельности, независимости, уверенности в себе и т. п.). Цель тренинга ассертивности заключается в том, чтобы научить людей тому, как открыто и уверенно заявлять о себе, утверждать себя как личность, отстаивать свои права и интересы в современном, несущем в себе немало угроз для человека обществе.

Тренинг сензитивности (сенситивности) — общее название нескольких разновидностей психотерапевтических процедур, возникших в начале 40-х годов XX века при участии К. Левина и Р. Липпита. Они служили цели осознания участниками группы процесса групповой динамики и их собственной роли в жизнедеятельности группы. Впоследствии техника работы этих групп была усовершенствована и соответствующая практика вошла в состав «движения человеческого потенциала».

Трудной достижимости (доступности) эффект — социально-психологическое явление, согласно которому люди, которые проявляют избирательность в своих социальных действиях и предпочтениях и с которыми трудно установить социальный контакт, являются более привлекательными для других людей как потенциальные партнеры по общению, чем те, кто такой избирательностью не обладает и которым легко войти в социальный контакт (кто всем и всегда доступен, кто в любой момент времени как бы «находится под рукой»).

Установки социальной изменения модель, основанная на противоречии (*inconsistency model of attitude change* — англ.) — социально-психологическая теория, утверждающая, что единственно возможным путем изменения социальной установки состоит в том, чтобы породить в голове того человека, чью установку намереваются изменить, противоречия в знаниях, переживаниях или действиях, связанных с соответствующей социальной установкой.

Установки социальной конгруэнтное изменение — изменение социальной установки, соответствующее (согласующееся, не противоречащее) другой установке, которой уже придерживается данный человек.

Установок социальных система (аттитюдов кластер) — совокупность взаимосвязанных социальных установок, характерных для данного человека.

Установок социальных шкала — психологический тест, предназначенный для оценки (измерения) социальных установок человека или группы людей. Шкала социальных установок — это, как правило, вопросник, в котором имеются суждения, свидетельствующие о наличии или отсутствии у человека определенной социальной установки, а также о степени ее выраженности.

Фактор человеческий — словосочетание, употребляемое для указания на то, что происходящее событие зависит от психологии и поведения участвующих людей.

Фасилитатор (фацилитатор) — человек (психолог или психотерапевт), который выступает в роли лидера (ведущего, тренера и т. п.) в определенном виде групповой психотерапии. Употребление этого термина связано с тем, что задача психолога или психотерапевта состоит в облегчении самостоятельного поиска членами соответствующей психотерапевтической группы решений их проблем, то есть в том, чтобы быть для них лидером, облегчающим соответствующий поиск.

Фасилитация — акт (действие, поступок и т. п.), в результате которого улучшается, облегчается течение какого-либо процесса, устраняются трудности, возникшие на его пути.

Фасилитация (фацилитация) социальная — явление, согласно которому деятельность человека в окружении других людей улучшается, его действия облегчаются, особенно тогда, когда находящиеся рядом люди занимаются тем же делом, что и он сам. При этом продуктивность и качество деятельности человека, который испытывает влияние социальной фасилитации, обычно оказываются выше, чем тогда, когда рядом с ним никого нет, то есть когда он работает один.

Фетиш — предмет, который, по представлениям людей, верящих в его магические свойства, наделен особой, сверхъестественной силой. Вера в фетиш характеризуется слепой, не изменяемой с помощью логических аргументов

убежденностью людей в том, что данный объект (фетиш) якобы обладает магической, сверхъестественной и чудодейственной силой.

Фрейминг (*frame*, по-английски — «рамка», «решетка», «каркас» или «система координат») — когнитивная эвристика, согласно которой люди стремятся делать выводы (умозаключения) и действовать на основе того, каким образом для них субъективно представлена та или иная ситуация, в каких «координатах» или «рамках» она задана, определена. Так, например, люди имеют тенденцию предпринимать какое-либо действие или совершать определенный поступок тогда, когда данное действие или поступок с 50 %-ной вероятностью ведут к успеху, а не тогда, когда совершаемое действие или поступок с такой же вероятностью могут породить неудачу, хотя с формальной точки зрения вероятность успеха и неудачи в том и в другом случаях является одинаковой.

Фрустрация — 1. Стойкое отрицательное эмоциональное состояние, возникающее у человека в результате неудачи. 2. Тяжело переживаемая человеком неудача в достижении какой-либо важной для него цели. 3. Крушение надежд, сопровождаемое состоянием тревоги, безысходности, подавленности, осознанием невозможности достичь поставленной цели.

Характер эксплуататорский — термин, введенный Э. Фроммом для обозначения характера человека, который получает удовольствие от эксплуатации других людей, от использования их в своих целях без учета их собственных интересов.

Цель жизненная — в системе научных взглядов А. Адлера — основная цель, к достижению которой человек стремится в течение своей жизни и которую он рассматривает как средство компенсации комплекса неполноценности.

Цель индуцированная — любая цель, достижение которой навязано человеку сложившимися обстоятельствами, которая не обусловлена его собственным выбором.

Цель кооперативная — цель, которой можно достичь лишь в результате скоординированной, совместной работы людей.

Ценностей анализ — вариант контент-анализа, в котором внимание при анализе какого-либо устного или письменного сообщения (текста) фокусируется на подсчете частоты встречаемости понятий, связанных с ценностями человека.

Ценности — то, что человек особенно ценит в своей жизни, чему он придает большое значение, что выражает для него главный жизненный смысл.

Человек рационально-экономический — представление о человеке в модели его социального поведения, базирующейся на предположениях о том, что основной, фундаментальный принцип, лежащий в основе природы человека и его поведения, — это рациональное, разумное начало, а главное стремление — удовлетворение собственных потребностей и интересов, в первую очередь экономических (материальных).

«Человеческих отношений» теория (доктрина) — теория научной организации труда и управления людьми на предприятиях, возникшая в 30-е годы XX столетия как альтернатива и дополнение к тейлоризму. Авторство теории приписывают Э. Мейо, который утверждал, что главное, от чего зависит отношение людей к работе, производительность и качество их труда, — это

личные взаимоотношения, в частности взаимоотношения между руководителями и работниками соответствующих предприятий.

«Четырех стен» методика (*four-walls technique* -- англ.) — методика получения согласия человека на что-либо путем постановки перед ним серии вопросов, ответы на которые должны вызвать у него когнитивный диссонанс и в конечном счете заставить его согласиться со сделанным ему предложением.

«Членства характер» — используемое в гештальтпсихологии словосочетание, производное от слов «составляющая часть». Согласно значению данного словосочетания, каждый член группы зависит от группы в целом и на его психологию и поведение оказывают влияние процессы, происходящие в данной группе. Предполагается, в частности, что психология и поведение группы влияют на характеры ее членов. Понятие «членства характер» первым использовал в своей социально-психологической теории малых групп К. Левин.

«Шага в дверь» методика (*foot-in-the-door technique* — англ.) — методика убеждения людей, рассчитанная на получение согласия в ответ на какую-либо просьбу, обращенную к ним. «Шага в дверь» методика заключается в том, что сначала человека просят сделать какой-либо незначительный шаг в направлении соответствующей просьбы, а затем постепенно и незаметно усиливают оказываемое на него давление с целью получения полного согласия на более жесткое требование или просьбу.

Шок культурный — термин, означающий эмоциональное расстройство, переживаемое людьми, которым приходится слишком долго жить в условиях чуждой, неприемлемой для них культуры, радикально отличающейся от их собственной культуры или от культуры страны (местности), в которой они родились и выросли.

Шок от будущего — термин, использованный А. Тофлером для обозначения того, что люди, представляющие так называемую «западную» культуру, перегружены информацией, которую они не в состоянии полностью воспринять, оценить и переработать. Шок от будущего порождается осознанием этого и того, что ожидает человека в будущем, а также быстрыми изменениями в социальных структурах, ценностях, продуктах потребления и т. п. Этот шок может быть настолько сильным, что многие люди оказываются не в состоянии нормально жить и адаптироваться в соответствующих социальных условиях.

Эгоцентризм (эгоцентричность) — в общем случае — система взглядов, ставящих в центр событий конкретного человека, чаще всего — того, кто является субъектом, воспринимающим и оценивающим эти события. В частных значениях термин «эгоцентризм» может означать следующее. 1. Сосредоточенность внимания и интересов человека только на себе, в ущерб вниманию и интересам к окружающему миру и другим людям. Эгоцентризм в этом его понимании — форма индивидуализма, эгоизма, превращенная в мировоззрение, образ жизни человека, его установку или внутреннюю позицию. 2. В теории Ж. Пиаже эгоцентризм — отражение в познавательных процессах человека, например в его мышлении и речи, только собственной позиции, без учета точек зрения и позиции других людей. Эгоцентризм характеризуется неспособностью человека,

в частности ребенка, встать на точку зрения другого человека и воспринять (увидеть) ситуацию с его позиции.

Экология — 1. Область научных исследований, в которой изучаются отношения между живыми организмами и окружающей средой. 2. В теории К. Левина экологическим называется исследование тех психологических факторов, которые вносят существенный вклад в так называемое «жизненное пространство» человека.

Экология поведенческая (экология поведения) — термин, используемый некоторыми психологами, заинтересованными в употреблении экологических знаний для объяснения поведения человека, в интеграции экологии и психологии. В поведенческой экологии (экологии поведения) ставится акцент на связи поведения людей с их природным и социальным окружением.

Экология социальная — подход к изучению поведения, в котором особо подчеркивается взаимосвязь и взаимодействие между психологией, поведением и социальным окружением людей.

Экология человека — наука, изучающая систему взаимоотношений человека и различных сообществ с природой, с окружающим миром.

Эмпатия — в общем случае — сопереживание, сочувствие, понимание психологических состояний других людей. В частных его значениях термин «эмпатия» может означать следующее. 1. Осознание и глубокое понимание человеком чувств, переживаемых другими людьми. 2. Подражательную реакцию, возникающую в ответ на эмоциональные переживания других людей и сопровождающуюся повторением их жестов, мимики и пантомимики. 3. Представление и понимание другого человека, той роли, которую он играет. 4. В теории личности Г. Салливана — невербализуемый, скрытый процесс коммуникации, посредством которого установки, чувства и суждения передаются от одного человека к другому. 5. В концепции немецкого психолога Т. Липпса — особый психический акт, в котором субъект проецирует на воспринимаемый предмет свое эмоциональное состояние, испытывая при этом положительные или отрицательные переживания эстетического плана.

Этикет — нормы и формы культурного, нравственно оправданного поведения человека в различных социальных ситуациях (например, поведенческий и речевой этикет).

Этикет речевой — краткие формы речевого, культурного обращения людей друг к другу и реагирования на соответствующие ответные обращения в различных жизненных ситуациях. Формы речевого этикета служат средством установления контактов между людьми и поддержания нормальных взаимоотношений.

Этнометодология — термин, введенный в научный оборот социологом Г. Гарфинкелем для обозначения области исследования «ресурсов, имеющих в распоряжении участников социальных процессов и взаимодействий», а также описания того, как эти ресурсы практически используются ими. Позднее термин «этнометодология» стали применять для характеристики совокупности социально-психологических исследований, касающихся правил общения, ведения переговоров и других видов социальных взаимодействий людей.

Этнос — исторически сложившаяся народность, общность, нация, большая социальная группа людей, отличающаяся от других групп своей психологией, поведением и культурой.

Этноцентризм — тенденция рассматривать собственную этническую группу, ее ценности и культуру как высшие в сравнении с культурой и ценностями других этнических групп. Этноцентризм проявляется в том, что ценности и культура своего этноса кладутся людьми в основу системы ценностей и культуры этноса вообще. Все, что касается собственного этноса, в этноцентризме рассматривается как нормативное, образцовое, правильное, эталонное, а все, что от него отличается, считается неправильным и отклоняющимся от нормы.

Эффект новизны — явление из области восприятия людьми друг друга. Проявляется в том, что большее воздействие на формирование образа человека оказывает та информация о нем, которая поступает последней, то есть является более новой.

Эффект ореола — феномен межличностного восприятия, характеризующийся тем, что уже сложившееся впечатление о человеке определяет его последующее восприятие, пропуская в сознание воспринимающего человека только то, что соответствует данному впечатлению, и отсеивая то, что ему противоречит.

Эффективность деятельности малой группы — успешность деятельности малой группы, достижение стоящих перед ней целей. Эффективность деятельности малой группы чаще всего оценивается по количеству и качеству выполненной ею работы, а также по положительному влиянию группы на входящих в ее состав людей.

Эффективность личная (эффективность личности) — понятие из социально-психологической теории А. Бандуры, обозначающее чувство уважения человека к себе, его высокую самооценку и уверенность в своей компетентности. Люди с высокоразвитой личностной эффективностью лучше адаптируются к условиям жизни, легче преодолевают жизненные трудности, быстрее справляются с жизненными проблемами. В отличие от них, люди с низкой личностной эффективностью демонстрируют социальную беспомощность, не справляются с такими проблемами, решение которых им вполне доступно. Личностная эффективность большинства людей достигает максимума в середине их жизни и постепенно снижается после шестидесяти лет.

Я-концепция — реальное или идеальное представление человека о себе в прошлом, настоящем и будущем.

Я-образ — устойчивое представление человека о себе, сложившееся в данный момент времени.

«Я социальное» — 1. Те аспекты «Я» человека, которые обусловлены (детерминированы) социальными влияниями и ценностями. 2. Фрагменты «Я» личности (обычно разделенные, имеющие между собой четкие границы), которые легко и без проблем воспринимаются и оцениваются окружающими людьми в процессе социального взаимодействия с ними. 3. Компоненты личности, которые сам человек рассматривает как важные для его взаимодействия с другими людьми. 4. Общая характеристика чьего-либо «Я», которую этот человек рассматривает как известную, хорошо и правильно воспринимаемую другими людьми.

Зарубежные социальные психологи

Адорно Теодор (Adorno Theodor) (1903–1969) — немецкий философ, социолог и психолог. Известен своими работами по психологии авторитарной личности, а также философско-психологическими исследованиями, раскрывающими отрицательное влияние современной массовой «индустрии культуры» на развитие человека как личности. — Соч.: Проблемы философии морали. — М., 2000.

Аронсон Элиот (Aronson Eliot) (р. 1932) — американский социальный психолог. Занимается проблемами межличностной привлекательности (аттракции), взаимодействия людей в группе, теорией когнитивного диссонанса, социальными установками. — Соч.: The Handbook of Social Psychology (1968, 1985); Общественное животное: Введение в социальную психологию. — М., 1999.

Бандура Альберт (Bandura Albert) (1925–1988) — американский социальный психолог, представитель социального бихевиоризма (неонеобихевиоризма). Один из авторов теории социального научения и известный специалист в области социальной психологии агрессивного поведения, создатель социально-когнитивной теории социального научения. В ней автор уделил особое внимание подражанию как механизму социального научения. — Соч.: Principles of Behavior Modification. — N.Y., 1969; Aggression: A Social Learning Analysis. — Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1973; Теория социального научения. — СПб., 2000; Подростковая агрессия (в соавторстве с Р. Уолтерсом). — СПб., 2000.

Берковитц Леонард (Berkowitz Leonard) (р. 1926) — американский социальный психолог, известный своими трудами в области психологии агрессивности и просоциального поведения. — Соч.: Roots of aggression: A re-examination of the frustration-aggression hypothesis. — Chicago: Aldine, 1969.

Бери Эрик (Berne Eric) (1902–1970) — американский социальный психолог и врач-психиатр. Создатель оригинальной теории социальных ролей и трансактного анализа как метода психотерапии. — Соч.: Групповая психотерапия. — М., 2000; Лидер и группа: о структуре и динамике организаций и групп. — Екатеринбург, 2000; Игры, в которые играют люди: психология человеческих взаимоотношений. Люди, которые играют в игры: психология человеческой судьбы. — М., 2001.

Вундт Вильгельм (Wundt Wilhelm Max) (1832–1920) — немецкий социальный психолог, один из создателей психологии народов. Высказал важную мысль о том, что основным методом исследования психологии народов должен стать анализ продуктов деятельности людей, прежде всего творческой,

включая язык, сказки, мифы, религию и т. п. — Соч.: Проблемы психологии народов. — СПб., 2001.

Дюркгейм Эмиль (Durkheim Emile) (1858–1917) — французский социолог, чьи работы оказали заметное влияние на развитие социальной психологии. Собственные социальные и социально-психологические исследования касались взаимоотношений индивида и общества. Для объяснения этих взаимоотношений Э. Дюркгейм использовал понятие «коллективные представления», которыми, по его мнению, определяется индивидуальная психология человека, живущего в соответствующем обществе. Особое внимание Дюркгейм уделил социально-психологическому анализу причин самоубийства. — Соч.: Самоубийство: социологический этюд. — М., 1998.

Лацарус Морис (Lazarus Moris) (1824–1903) — немецкий ученый, один из создателей социальной психологии, программу развития которой под названием «психология народов» он составил совместно с Г. Штейнталем и опубликовал в основанном им и Штейнталем новом научном журнале «Психология народов и языкознание» (1859).

Лебон Гюстав (Lebon Gustav) (1841–1931) — французский социолог. Известен своими работами в области психологии масс и психологии толпы. — Соч.: La psychologie des foules. — Paris, 1895; The Crowd. A study of the Popular Mind. — N.Y., 1969; Психология народов и масс. — СПб., 1896; Психология социализма. — СПб., 1908.

Левин Курт (Levin Kurt) (1890–1947) — немецкий социальный психолог, автор психологической теории поля, объясняющей социальное поведение человека по аналогии с движениями материальных тел в физическом энергетически заряженном поле. Он же создатель социально-психологической теории малых групп и основатель экспериментальной социальной психологии малых групп. Ввел в научный оборот понятия лидерства и стилей лидерства. Стоял у истоков исследований конформизма. Явился создателем одной из первых групп социально-психологического тренинга. — Соч.: Разрешение социальных конфликтов. — СПб., 2000; Теория поля в социальных науках. — СПб., 2000.

Лоренц Конрад (Lorenz Konrad) (1903–1988) — австрийский ученый-этолог. Предложил теорию происхождения и эволюционной роли агрессивного поведения. — Соч.: Кольцо царя Соломона. — М., 1970; Человек находит друга. — М., 1992; Агрессия. — М., 1994; Обратная сторона зеркала. — М., 1998.

Мак-Дугалл Вильям (Макдаугалл Уильям) (McDougall William) (1871–1938) — англо-американский социальный психолог, известный своей теорией инстинктивного поведения, которую он распространил на животных и социальное поведение человека. — Соч.: Основные проблемы социальной психологии. — М., 1916.

Мид Джорж Герберт (Mead Georg H.) (1863–1931) — американский социолог и социальный психолог. Изучал происхождение «социального Я» человека, полагая, что оно формируется под влиянием овладения человеком социальными ролями и различного рода символами в процессе взаимодействия с другими людьми. Его работы послужили основой для разработки направления в социологии и социальной психологии, получившего название

«символический интеракционизм». С его же именем связана разработка теории социальных ожиданий. — Соч.: *Mind, self, and society*. — Chicago, 1934; *The philosophy of the act*. — Chicago, 1934.

Мид Маргарет (Mead Margaret) (1901–1978) — американский социолог и этнограф. Выступив как социальный психолог (в области этнопсихологии), Маргарет Мид занялась изучением вопросов национального характера, социального типа личности и социализации ребенка в различных культурах, введя в научный оборот термин «инкультурация». — Соч.: *Sex and temperament in three primitive societies*. — N.Y., 1935; *Cooperation and competition among primitive peoples*. — N.Y., 1937.

Морено Якоб (Moreno Jakob) (1892–1974) — американский социальный психолог, автор социометрии, понимаемой и как социологическая теория, объясняющий человеческие взаимоотношения в обществе и в малых группах, и как метод исследования взаимоотношений в малых группах. Один из основателей группового психотерапевтического движения и создатель нового психотерапевтического метода под названием «психодрама». — Соч.: *Who shall survive? Foundations of sociometry, group psychotherapy and sociodrama*. — N.Y., 1953; *Gruppentherapie und Psychodrama*. — Stuttgart, 1959; *Социометрия. Экспериментальный метод и наука об обществе*. — М., 1958.

Московичи Серж (Moscovisi Serge) (р. 1926) — французский социальный психолог, известный своими работами в области психологии больших и малых социальных групп. Первым открыл и описал эффект групповой поляризации. Известен также своими исследованиями в области социального поведения и его конверсии (преобразования убеждений и социального поведения людей). — Соч.: *Sozialen Wandel durch Minoritäten*. — München, 1979; *Toward a theory of conversion behavior*. — In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (vol. 13). — N.Y., 1980; *Век толп*. — М., 1998; *Машина, творящая богов*. — М., 1998.

Ньюком Теодор (Newcomb Theodor) (1903–1990) — американский социальный психолог. Занимался изучением методологических проблем социальной психологии, а также исследованиями социально-психологических аспектов личности, межличностных отношений, социальных установок и малых групп (групповая сплоченность). — Соч.: *Varieties of interpersonal attractions*. — In: D. Kartwright and A. Zander (eds.), *Group dynamics. Research and theory*. — N.Y., 1972.

Оллпорт Флойд Генри (Allport Floyd H.) (1890–1978) — американский социальный психолог, один из создателей экспериментальной социальной психологии и один из первых исследователей конформного поведения. — Соч.: *Social psychology*. — Boston, 1924; *Theories of perception and the concept of structures*. — N.Y., 1955.

Тард Габриэль (Tarde G.) (1843–1904) — французский социолог, занимавшийся социальной психологией масс и толпы. Особое внимание уделял социальным конфликтам, социальному подражанию и приспособлению. — Соч.: *Законы подражания*. — СПб., 1892; *Преступления толпы*. — Казань, 1893; *Социальные законы*. — СПб., 1906; *Социальная логика*. — СПб., 1996.

Тэджфел (Тэжфел) Генри (Tajfel Henry) (1920–1982) — английский социальный психолог, известный своими разработками в области социальной

перцепции, теории межгрупповых отношений и социальной идентичности. — Соч.: Social and cultural factors in perception. — In: G. Lindzey and E. Aronson (Eds.), Handbook of social psychology. — Readings: Addison-Wesley, 1969.

Фестингер Леон (Festinger Leon) (род. 1919) — американский социальный психолог, автор теории когнитивного диссонанса. — Соч.: Теория когнитивного диссонанса. — СПб., 1999.

Отечественные социальные психологи

Абраменкова Вера Васильевна (р. 1949) — социальный психолог. Основная тема исследований — социальная психология детства. — Соч.: Сорадование и сострадание в детской картине мира. — М., 1999; Социальная психология детства: развитие отношений ребенка в детской субкультуре. — М., 2000; Игры и игрушки наших детей: забава или пагуба? — М., 2001.

Агеев Владимир Сергеевич (р. 1949) — социальный психолог, специалист в области межгрупповых отношений, межкультурных контактов и социальных стереотипов. — Соч.: Психология межгрупповых отношений. — М., 1983; Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. — М., 1990.

Акопов Гарник Владимирович (р. 1949) — социальный психолог, специалист в области социальной психологии высшего образования. — Соч.: Социальная психология высшего образования. — М., 2000.

Алешина Юлия Евгеньевна (р. 1957) — социальный психолог. Основные проблемы исследований — психология семьи, консультирование, полоролевая социализация. — Соч.: Социально-психологические методы исследования супружеских отношений (в соавторстве). — М.: МГУ, 1987; Индивидуальное и семейное психологическое консультирование. — М., 2000.

Андреева Галина Михайловна (р. 1924) — один из ведущих российских социальных психологов, специалист в области социальной психологии. Область научных исследований — история и методология социальной психологии, психология социального познания, социальная перцепция, атрибутивные процессы, когнитивная социальная психология. Автор известного и популярного учебника по социальной психологии. — Соч.: Межличностное восприятие в группе (в соавторстве). — М., 1981. Социальная психология. — М., 1998; Психология социального познания. — М., 2000; Зарубежная социальная психология XX столетия. Теоретические подходы (в соавторстве). — М., 2001.

Базаров Тахир Юсупович (р. 1955) — социальный психолог. Основные темы научных исследований — развитие организаций, оценка, отбор и управление персоналом, обучение взрослых, социально-психологический тренинг, деловые игры. — Соч.: Социально-психологические методы и технологии управления персоналом организации. — М., 2000; Управление персоналом. — М., 2002.

Беличева Светлана Афанасьевна (р. 1946) — социальный психолог, специалист в области психологии личности, отклоняющегося поведения детей и подростков. — Соч.: Основы превентивной психологии. — М., 1994; Психосоциальная коррекция и реабилитация несовершеннолетних с девиантным поведением. — М., 1999; Социальная психология личности в вопросах

и ответах. — М., 1999; Социально-психологический диагностико-коррекционный инструментарий. — М., 1999.

Бехтерев Владимир Михайлович (1857–1927) — российский социальный психолог. Внес существенный вклад в развитие экспериментальной и теоретической социальной психологии малых и больших групп. Его заслугой явилось начало экспериментирования с реальными (не лабораторными, интерактивными) малыми группами и экспериментальное доказательство того, что группа (коллектив) не всегда является полезной для благополучия и развития личности (индивидуума). Научная позиция Бехтерева в вопросе о взаимоотношениях коллектива и личности заключалась в приоритете личностного начала над коллективным. Предметом исследований ученого стало также внушение и его психологические механизмы. В этих исследованиях были впервые обнаружены и описаны такие социально-психологические явления, как групповое давление и конформизм. — Соч.: Внушение и его роль в общественной жизни. — СПб., 2001.

Бодалев Алексей Александрович (р. 1928) — социальный психолог, известный своими трудами в области восприятия и понимания людьми друг друга, общения и социальной психологии личности. Раскрыл и подробно описал в своих работах психологические механизмы общения, восприятия и понимания людьми друг друга. — Соч.: Восприятие и понимание человека человеком. — М.: МГУ, 1982; Психология общения. — М.; Воронеж, 1996.

Бондырева Светлана Константиновна (р. 1943) — социальный психолог и педагог. Известна своими исследованиями в области социальной психологии образования, организации единого образовательного пространства в рамках многонациональной страны и международного психолого-педагогического сотрудничества. — Соч.: Социокультурные основания развития единого образовательного пространства СНГ: структурно-содержательные и функциональные характеристики взаимодействия субъектов. — М., 1998.

Волков Игорь Павлович (р. 1936) — социальный психолог. Основные темы научных исследований — социальная психология малых групп и лидерство. Особое внимание уделял использованию и совершенствованию социометрического метода. — Соч.: Социометрические методы в социально-психологических исследованиях. — Я.: ЛГУ, 1970; Руководителю о человеческом факторе: социально-психологический практикум. — Л.: ЛГУ, 1989.

Гительмахер Роальд Борисович (р. 1937) — социальный психолог, специалист в области психологии управления. — Соч.: Социально-психологические проблемы в управлении. — Иваново, 1992; Восприятие руководителя подчиненными. — Иваново, 1994.

Глоточкин Алексей Данилович (р. 1925) — социальный психолог. Основная тема исследований — формирование и развитие воинского коллектива, а также вопросы психологии перевоспитания осужденных. — Соч.: Исправительно-трудовая психология (в соавторстве с В. Ф. Пирожковым). — М., 1974; Военная психология и педагогика. — М., 1986.

Деркач Анатолий Алексеевич (р. 1944) — социальный психолог. Основные темы научных исследований — акмеология, психологическая подготовка высших

управленческих кадров, образ (имидж) политического деятеля. Является также автором комплекса оригинальных методов психодиагностики управленческих кадров. — Соч.: Основы общей и управленческой акмеологии (в соавторстве с О. С. Анисимовым). — М., 1995; Психологическое обеспечение профессиональной деятельности кадров государственной службы (в соавторстве). — М., 1997.

Донцов Александр Иванович (р. 1949) — социальный психолог. Основные темы научных исследований — психология малых групп, межличностных отношений, массового сознания, личности. — Соч.: Проблемы групповой сплоченности. — М., 1979; Психологическое единство коллектива. — М., 1982; Психология коллектива. Методологические проблемы исследования. — М.: МГУ, 1984; Концепция социальных представлений во французской социальной психологии. — М., 1987; Введение в практическую социальную психологию. — М., 1999; Социальная психология в современном мире (ред.). — М., 2002.

Дридзе Тамара Моисеевна (р. 1930) — социальный психолог. Основная тема исследований — языковая социальная коммуникация. — Соч.: Язык и социальная психология. — М., 1980; Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. — М., 1984.

Дубовская Екатерина Михайловна (р. 1956) — социальный психолог. Основные темы исследований: психология малой группы, совместной деятельности, социальная психология детства. — Соч.: Психология малой группы (совм. с Р. Л. Кричевским). — М., 2001.

Емельянов Юрий Николаевич (1933–1996) — социальный психолог. Известен своими работами в области научного обоснования активных социально-психологических методов обучения (группового тренинга) и культурной антропологии. — Соч.: Активное социально-психологическое обучение. — Л.: ЛГУ, 1985; Культурная антропология. — СПб., 1996.

Журавлев Анатолий Лактионович (р. 1948) — социальный психолог. Основные темы научных исследований: психология управления (руководства, лидерства), психология малой группы (коллектива), социальная психология личности, социально-экономическая психология. — Соч.: Индивидуальный стиль руководства производственным коллективом (совм. с В. Ф. Рубахиным). — М., 1976; Психология и управление (совм. с Б. Ф. Ломовым). — М., 1978; Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия (совм. с В. П. Поздняковым). — М., 1995; Социальная психология экономического поведения (совм. с Е. В. Шороховой). — М., 1999; Социальная психология (ответственный редактор). — М., 2002; Нравственно-психологическая регуляция экономической активности (совм. с А. Б. Купрейченко). — М., 2003.

Китов Ахмет Исмаилович (р. 1928) — социальный психолог. Специалист в области социальной психологии управления, экономической психологии. — Соч.: Психология хозяйственного управления. — М., 1984; Экономическая психология. — М., 1987; Личность и перестройка. Заметки психолога. — М., 1990.

Кондратьев Михаил Юрьевич (р. 1956) — социальный психолог. Основная тема исследований — социальная психология детей подросткового возраста. — Соч.: Подросток в замкнутом круге общения. — М.; Воронеж, 1997; Социальная психология закрытых образовательных учреждений — М.; СПб., 2005.

Кричевский Роберт Львович (1936–2005) — социальный психолог, специалист в области психологии малых групп, спорта и управления (лидерства, руководства). Предложил свою концепцию лидерства, названную теорией ценностного обмена. — Соч.: Психология руководства и лидерства в спортивном коллективе (совм. с М. М. Рыжаком). — М., 1985; Социальная психология малой группы (совм. с Е. М. Дубовской). — М., 2001; Если вы — руководитель: элементы психологии менеджмента в повседневной работе. — М., 1998; Социальная психология: личность и общение. — М., 2000.

Кроник Александр Александрович — социальный психолог. Основная тема исследований — личные взаимоотношения людей в малых группах. Автор оригинальных методик оценивания межличностных отношений и восприятия людьми друг друга в малых группах. — Соч.: Межличностное оценивание в малых группах. — Киев, 1982; В главных ролях: Вы, Мы, Он, Ты, Я. (Психология значимых отношений) (в соавторстве). — М., 1989; Психология человеческих отношений (совм. с Е. А. Кроник). — Дубна, 1998.

Кузьмин Евгений Сергеевич (1922–1994) — социальный психолог. Основная тема исследований — психология взаимоотношений между руководителем и подчиненными в коллективе. Одним из первых в нашей стране приступил к разработке проблем социальной психологии. — Соч.: Основы социальной психологии. — Л., 1967; Руководитель и коллектив (в соавторстве). — Л., 1974; Промышленная социальная психология (в соавторстве). — Л.: ЛГУ, 1982.

Кукосян Ованес Гайкович (р. 1927) — социальный психолог. Основные темы научных исследований: социальная перцепция, социальная психология профессиональной деятельности. — Соч.: Профессия и познание людей. — Ростов-на-Дону, 1981.

Куликов Владимир Николаевич (р. 1923) — социальный психолог. Основная проблема исследований — психология внушения. — Соч.: Вопросы психологии внушения. — Иваново, 1971.

Лабунская Вера Александровна (р. 1947) — социальный психолог. Основные темы научных исследований: коммуникативная компетентность, невербальные средства общения. — Соч.: Невербальное поведение (социально-перцептивный подход). — Ростов-на-Дону, 1986; Эмоциональные и познавательные характеристики общения. — Ростов-на-Дону, 1991; Экспрессия человека: общение и межличностное познание. — Ростов-на-Дону, 1999; Психология затрудненного общения: Теория. Методы. Диагностика. — М., 2001.

Леонтьев Алексей Алексеевич (1936–2004) — социальный психолог. Основные темы научных исследований: психология общения и этнопсихология. — Соч.: Психология общения. — М., 1999; Культура и языки народов России, стран СНГ и Балтии: учебно-справочное пособие. — М., 1998.

Мясищев Владимир Николаевич (1892–1973) — социальный психолог. Первым в нашей стране предложил концепцию человеческих отношений. На базе этой концепции в дальнейшем строились исследования восприятия и понимания людьми друг друга (А. А. Бодалев) и базировалась отечественная групповая психотерапия. — Соч.: Психология отношений. — М.; Воронеж, 1998.

Немов Роберт Семенович (р. 1941) — социальный психолог. Основная тема научных исследований — эффективность деятельности малых групп. Открыл и описал явление сверхнормативной активности. — Соч.: Социально-психологический анализ эффективной деятельности коллектива. — М., 1984.

Новиков Виктор Васильевич (р. 1935) — социальный психолог. Основная тема исследований — социально-психологические аспекты управления. — Соч.: Психологическое управление производственной организацией (в соавторстве). — М., 1990; Психологическое управление в кризисном обществе (в соавторстве с Г. М. Мануйловым). — СПб., 1999.

Обозов Николай Николаевич — социальный психолог. Основные темы исследований: эффективность деятельности малых групп и психология семейных взаимоотношений. — Соч.: Психология работы с людьми (в соавторстве). — Киев, 1998; Совместимость и срабатываемость людей. — СПб., 2000.

Ольшанский Дмитрий Вадимович (1953–2003) — социолог и социальный психолог. Известен своими работами в области политической психологии и психологии масс. — Соч.: Массовые настроения в политике. — М., 1995; Психология масс. — СПб., 2001.

Панферов Владимир Николаевич (р. 1940) — социальный психолог. Основные темы научных исследований: психология общения, социальная перцепция и человеческие взаимоотношения. — Соч.: Социально-психологический климат коллектива и личности (в соавторстве). — М., 1983.

Парыгин Борис Дмитриевич (р. 1930) — социальный психолог, известный своими исследованиями в области теории и методологии социальной психологии, социально-психологического климата и общения. — Соч.: Основы социально-психологической теории. — М., 1971; Социально-психологический климат коллектива. Пути и методы изучения. — Л., 1981; Анатомия общения. — СПб., 1999.

Петровская Лариса Андреевна (1937–2006) — социальный психолог. Основные темы научных исследований: история социальной психологии, психология межличностного общения, коммуникативная компетентность, научные основы социально-психологического тренинга. — Соч.: Современная социальная психология на Западе (в соавторстве). — М., 1978; Теоретические и методические проблемы социально-психологического тренинга. — М., 1982; Компетентность в общении. — М.: МГУ, 1989; Введение в практическую социальную психологию (в соавторстве). — М., 1994; Зарубежная социальная психология XX столетия (в соавторстве). — М., 2001.

Петровский Артур Владимирович (1924–2006) — социальный психолог. Основная тема научных исследований — психология коллектива. Автор стратегической концепции коллектива. — Соч.: Личность. Деятельность. Коллектив. — М., 1982.

Пирожков Виктор Федорович (р. 1927) — социальный психолог. Основные темы исследований: личность в условиях социальной изоляции, социально-психологические проблемы преступности. — Соч.: Исправительно-трудовая психология (в соавторстве). — М., 1974; Психологические основы перевоспитания учащихся в специальных ПТУ. — М., 1988; Законы преступного мира

молодежи (Криминальная субкультура). — М., 1994; Криминальная психология. — М., 1998.

Ратинов Александр Рувимович (р. 1920) — социальный психолог. Основные темы научных исследований: проблемы психологии правосознания и правоохранительной деятельности, психология массовых коммуникаций. — Соч.: Правовая психология и преступное поведение (в соавторстве). — Красноярск, 1989; Психология допроса обвиняемого. — М., 1990; Масс-медиа в России: Законы, конфликты, правонарушения (совм. с Г. Х. Ефремовой). — М., 1998; Судебная психология для следователей. — М., 2000.

Рубцов Виталий Владимирович (р. 1948) — социальный психолог. Основные темы исследований: психология групповой учебной деятельности, групповое развивающее обучение. Заложил основы нового направления научных исследований, обозначенного как социально-генетическая психология. — Соч.: Организация и развитие совместных действий у детей в процессе обучения. — М., 1987; Основы социально-генетической психологии. — М., 1996; Коммуникативно-ориентированные образовательные среды. Психология проектирования. — М., 1996.

Русалинова Алла Александровна (р. 1931) — социальный психолог. Основные направления исследований: промышленная социальная психология, психология коллектива и развития личности в коллективе. — Соч.: Производственный коллектив как объект и субъект управления. — Л., 1980; Социально-психологическое нравственное воспитание личности. — Л.: ЛГУ, 1989.

Свенцицкий Анатолий Леонидович (р. 1936) — социальный психолог. Основные темы исследований: психология управления организациями, история социальной психологии. — Соч.: Социально-психологические проблемы управления. — М., 1975; Руководитель: слово и дело. — М., 1983; Социальная психология управления. — Л., 1986; Психология управления организациями. — СПб., 1999; Социальная психология в трудах отечественных психологов. — СПб., 2000.

Семенов Валентин Евгеньевич (р. 1942) — социальный психолог. Основные темы научных исследований: метод контент-анализа, классификация методов социальной психологии, концепция российских менталитетов. — Соч.: Метод изучения документов в социально-психологических исследованиях. — Л.: ЛГУ, 1983; Метод наблюдения в социально-психологических исследованиях (в соавторстве). — Л.: ЛГУ, 1987; Социальная психология искусства. — Л.: ЛГУ, 1988; Искусство как межличностная коммуникация. — СПб., 1995.

Стефаненко Татьяна Гавриловна (р. 1949) — социальный психолог. Основная тема научных исследований: межгрупповые (этнические) отношения. — Соч.: Методы этнопсихологических исследований (в соавторстве). — М., 1993; Введение в практическую социальную психологию (в соавторстве). — М., 1999; Социальная психология в современном мире (в соавторстве). — М., 2002; Этнопсихология (третье издание, исправленное и дополненное). — М., 2003.

Сухов Анатолий Николаевич (р. 1949) — социальный психолог. Основные темы исследований — криминогенное общение, межличностные конфликты. — Соч.: Криминогенное общение в среде осужденных. — Рязань, 1993; Социальная психология. — М., 2001.

Съедин Сергей Иванович (р. 1937) — социальный психолог. Основные темы научных исследований — большие и малые социальные группы, взаимоотношения и конфликты в вооруженных силах. — Соч.: «Дедовщина» в воинских коллективах: причины, пути выявления и искоренения (социально-психологические аспекты). — М., 1990; Теоретические и методические основы формирования и сплочения коллектива в процессе спортивной деятельности (совм. с Ю. В. Сысоевым). — М., 1998.

Творогова Надежда Дмитриевна (р. 1948) — социальный психолог. Основная тема исследований — теория и практика обучения общению. — Соч.: Социопсихосоматические закономерности общения. — М., 1996.

Уманский Лев Ильич (1921–1983) — социальный психолог. Основные темы научных исследований: социальная психология коллектива и организаторской деятельности. Создатель и разработчик параметрометрической теории коллектива. — Соч.: Психология организаторской деятельности школьников. — М., 1980.

Филиппов Альберт Владимирович (р. 1936) — социальный психолог. Основная тема научных исследований — психологические основы управления. — Соч.: Производственная социология, психология и педагогика (в соавторстве). — М., 1989; Психология и этика деловых отношений. — М., 1996; Работа с кадрами: Психологический аспект. — М., 1990; Управление персоналом в корпорациях (совм. с В. А. Денисовым). — М., 1999.

Филонов Лев Борисович (р. 1925) — социальный психолог. Основные темы научных исследований — психология межличностного восприятия и коммуникации. — Соч.: Психологические аспекты установления контактов между людьми: Методика контактного взаимодействия. — Пушкино, 1982; Проблемные ситуации и способы их развития (в соавторстве с Г. А. Орловой). — М., 1989; Тренинги делового общения сотрудников органов внутренних дел с различными категориями граждан. — М., 1992.

Чернышев Алексей Сергеевич (р. 1936) — социальный психолог. Основная тема исследований — организованность малой группы и групповой деятельности. Создатель ряда оригинальных приборов для экспериментального изучения работы малых групп. — Соч.: Психологические основы диагностики и формирования личности и коллектива школьников. — М., 1989; Социально-психологические основы организованности коллектива (в соавторстве). — Воронеж, 1991.

Шерковин Юрий Александрович (1924–1998) — социальный психолог. Основная тема научных исследований — массовые коммуникации. Соч.: Психологические проблемы массовых информационных процессов. — М., 1973; Социальная психология. Краткий очерк (в соавторстве). — М., 1975.

Шпет Густав Густавович (1879–1937) — социальный психолог, специалист в области этнической психологии. — Соч.: Введение в этническую психологию. — СПб., 1996; Психология социального бытия. — М.; Воронеж, 1996.

Немов Роберт Семенович, Алтунина Инна Робертовна

Социальная психология: Учебное пособие

Заведующий редакцией

Ведущий редактор

Художник

Корректоры

Верстка

П. Алесов

Н. Кулагина

Л. Аюевская

Е. Павлович, Ю. Цеханович

О. Махлина

Подписано в печать 09.02.10. Формат 60×90/16. Усл. п. л. 27. Доп. тираж 2500 экз.
Заказ № 1424.

ООО «Лидер», 194044, Санкт-Петербург, Б. Самсоновский пр., 29а.

Палоговая льгота - общероссийский классификатор продукции ОК 005-93, том 2;
95 3005 - литература учебная.

Отпечатано с готовых диапозитивов в ООО «Типография Правда 1906».
195299, Санкт-Петербург, Кирпичная ул., 2.
Тел.: (812) 531-20-00, 531-25-55

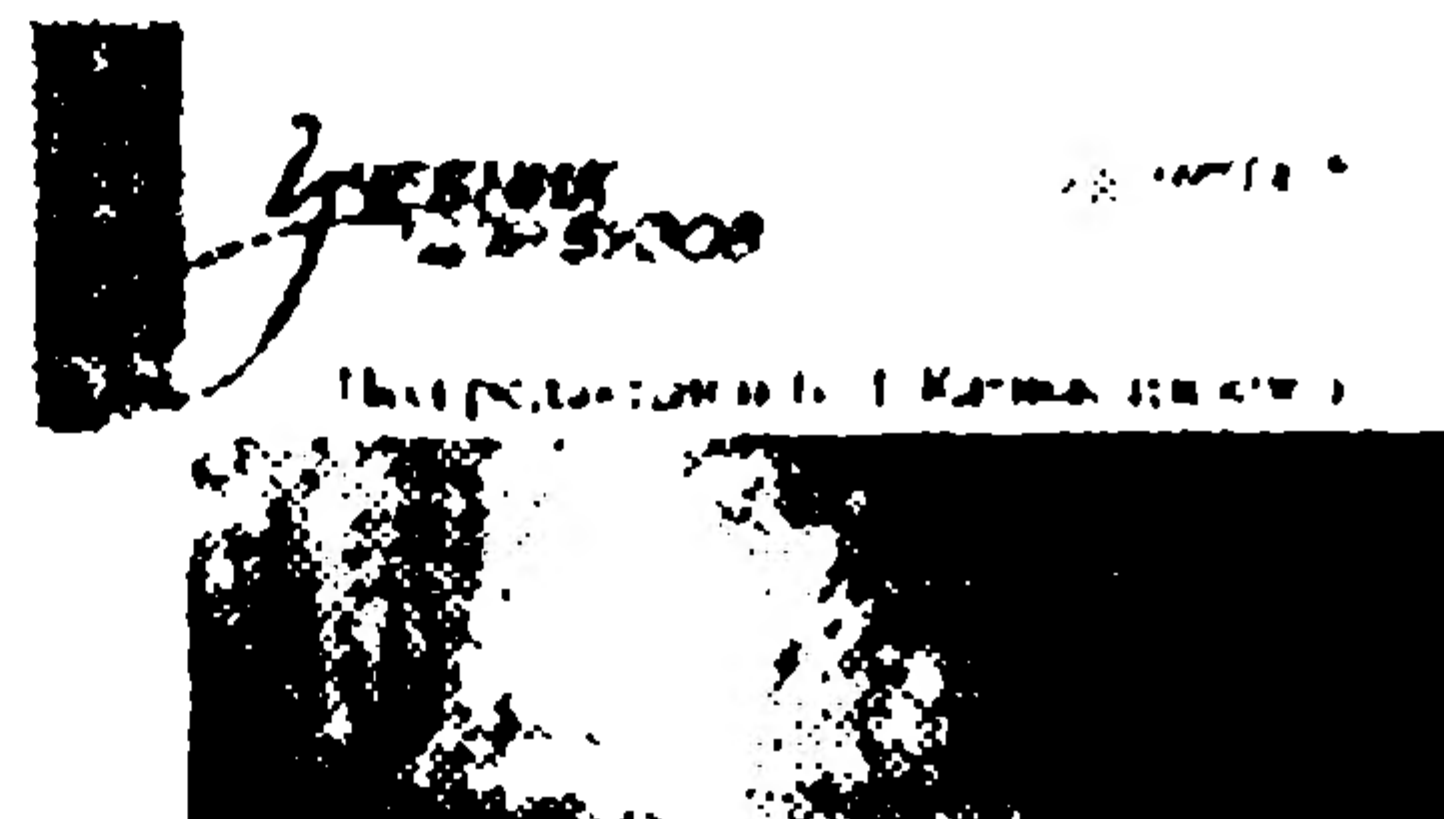
КНИГА-ПОЧТОЙ

Серия «Учебник для вузов»

Под ред. Б. Д. Карвасарского

КЛИНИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ. 4-е издание

Четвертое, переработанное и дополненное, издание учебника (предыдущие вышли в 2002, 2006, 2007 гг.) создано авторским коллективом, объединяющим ведущих специалистов по клинической психологии, под общей редакцией профессора Б. Д. Карвасарского, главного специалиста-эксперта по психотерапии Росздравнадзора МЗ и СР РФ, председателя Проблемной комиссии «Медицинская психология» РАМН. Книга предназначена для студентов медицинских вузов и факультетов клинической психологии, а также для врачей общей практики.



Клиническая психология

Одним из основных направлений психологии является клиническая психология, которая занимается изучением психических процессов и поведения человека в условиях патологии. В учебнике рассматриваются основные направления клинической психологии, методы исследования и диагностики психических заболеваний, а также методы психотерапии.

4-е издание

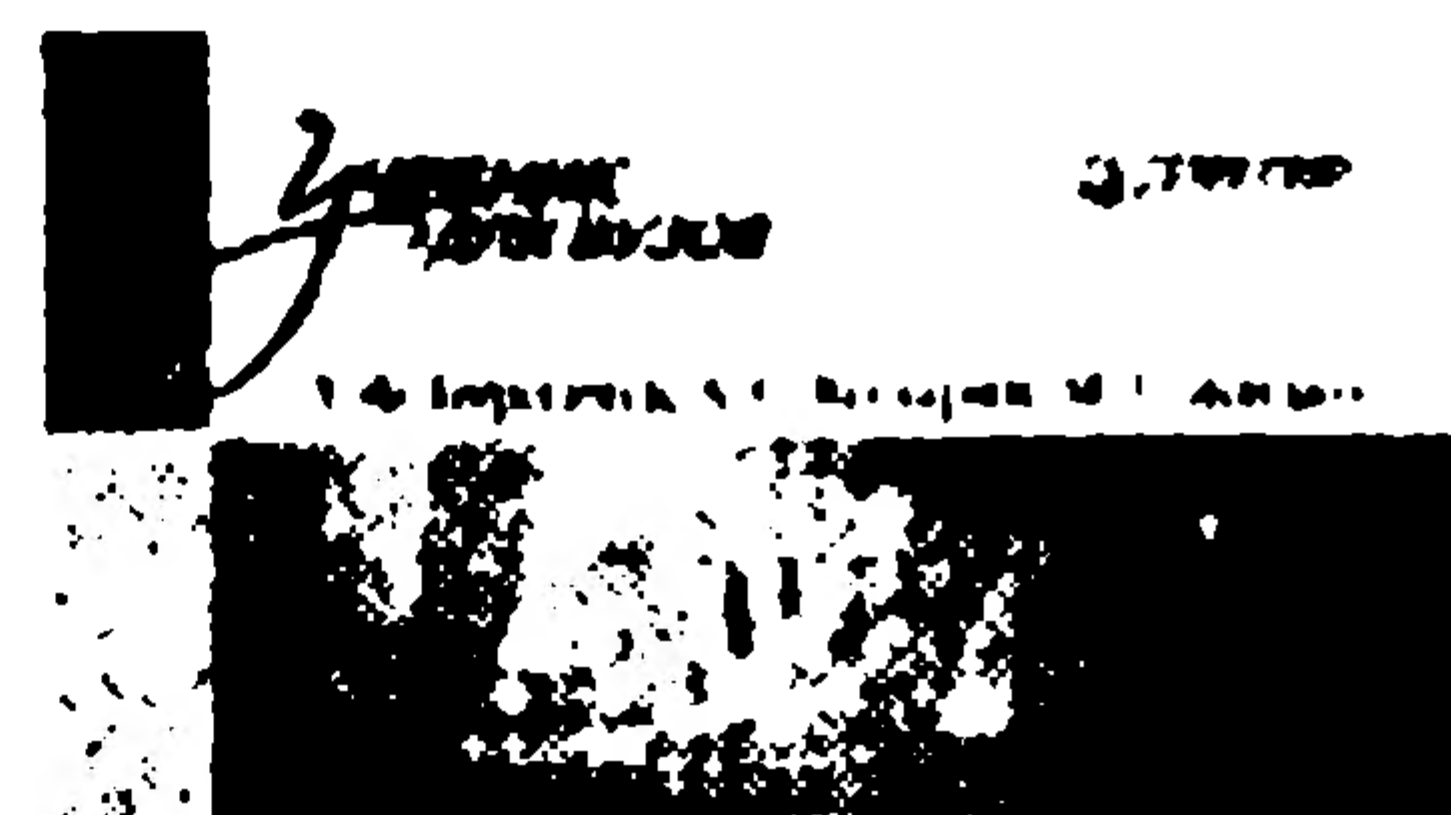
864 с., 17×24, перепл.

Серия «Учебник для вузов»

Л. Ф. Бурлачук, А. С. Кочарян, М. Е. Жидко

ПСИХОТЕРАПИЯ. 3-е издание

Третье, дополненное, издание учебника (предыдущие вышли в 2003, 2007 гг.) посвящено анализу и современной интерпретации различных направлений психотерапии. Широко представлена палитра современного психотерапевтического знания, но при этом обозначена и авторская концепция психотерапии, приглашающая читателя к диалогу, конечная цель которого — создание отечественной психотерапевтической культуры. Учебник предназначен для студентов и аспирантов, обучающихся по специальности «Психология», представляет интерес для врачей и практикующих психотерапевтов.



Психотерапия

В учебнике рассматриваются основные направления психотерапии, методы исследования и диагностики психических заболеваний, а также методы психотерапии. В учебнике рассматриваются основные направления психотерапии, методы исследования и диагностики психических заболеваний, а также методы психотерапии.

3-е издание

496 с., 17×24, перепл.

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
ПИТЕР[®]
WWW.PITER.COM

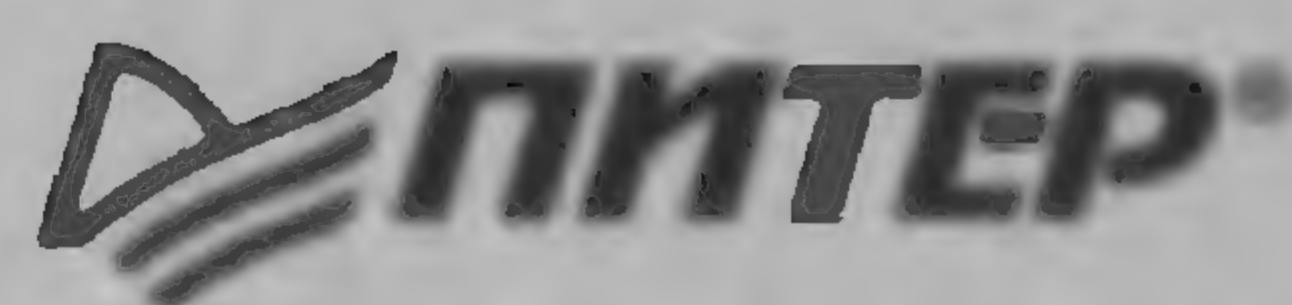
Социальная психология

Немов Роберт Семенович — доктор психологических наук, профессор кафедры общей психологии Московского психолого-социального института. Общее количество публикаций — 140. Из них 12 — широко известные, признанные, популярные учебники по общей, возрастной, педагогической психологии, психодиагностике и психологическому консультированию.

Алтунина Инна Робертовна — доктор психологических наук, профессор кафедры общей психологии Московского психолого-социального института. Общее количество публикаций — 30. Из них — две монографии и одно учебное пособие по структуре и развитию мотивов и мотивации социального поведения.

Книга является учебным пособием по одному из основных предметов психологической подготовки специалистов в области «человекоцентрированных» профессий. Ценность этого издания в том, что оно учитывает интересы как преподавателей социальной психологии, так и студентов, слушателей. Материал, содержащийся в пособии, обеспечивает читателю широкие возможности: в овладении знаниями, соответствующими официально утвержденным учебным программам по социальной психологии; в расширении собственной информированности о ведущих отечественных и зарубежных специалистах по социальной психологии, а также об их основных трудах; в освоении главных социально-психологических понятий (за счет обширного терминологического словаря издания); в проверке усвоения полученных знаний (за счет контрольных вопросов в конце каждой главы учебного пособия).

Книга может быть полезна и интересна в первую очередь студентам вузов и слушателям факультетов переподготовки педагогических кадров. Представленные здесь материалы могут использоваться также в процессе подготовки психологов и других специалистов, где психологическое знание является важной составляющей учебного плана.



Заказ книг:

197198, Санкт-Петербург, а/я 127
тел.: (812) 703-73-74, postbook@piter.com

61093, Харьков-93, а/я 9130
тел.: (057) 758-41-45, 751-10-02, piter@kharkov.piter.com

www.piter.com — вся информация о книгах и веб-магазин

ISBN 978-5-91180-738-2



9 785911 807382